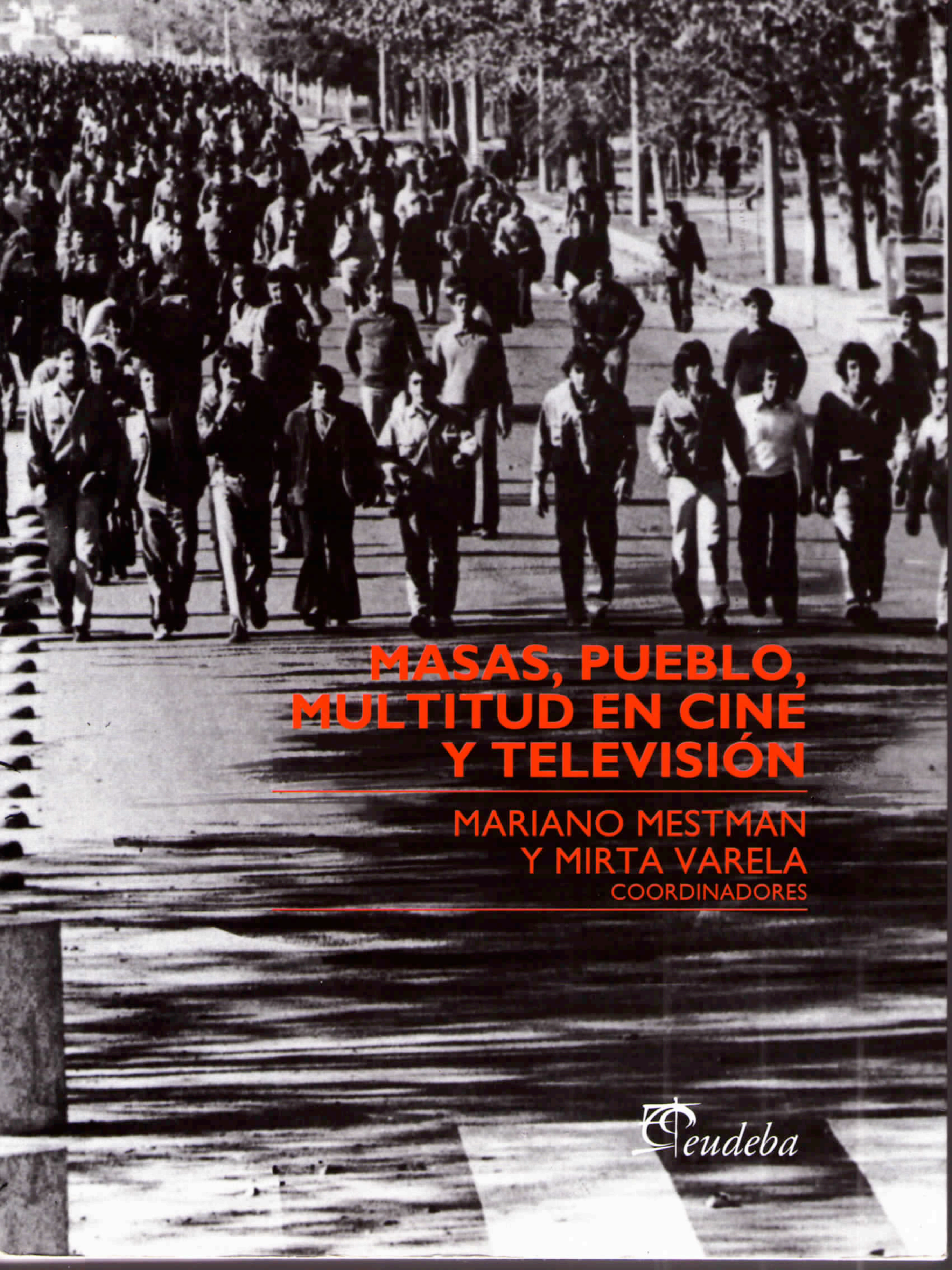


MASAS, PUEBLO, MULTITUD EN CINE Y TELEVISIÓN

MARIANO MESTMAN
Y MIRTA VARELA
COORDINADORES

eudeba

Mestman, Mariano
Masas, pueblo, multitud en cine y televisión. - 1a ed. - Buenos Aires : Eudeba, 2013.
304 p. ; 24x18 cm. - (Lectores)

ISBN 978-950-23-2100-4

1. Comunicación. 2. Sociología. I. Título.
CDD 302.2

Eudeba
Universidad de Buenos Aires

1ª edición: abril de 2013

© 2013
Editorial Universitaria de Buenos Aires
Sociedad de Economía Mixta
Av. Rivadavia 1571/73 (1033) Ciudad de Buenos Aires
Tel.: 4383-8025 / Fax: 4383-2202
www.eudeba.com.ar

Fotografía de tapa: Columna de obreros en Córdoba marchan para manifestar su repudio por las medidas económicas del Ministro Celestino Rodrigo. Skladanosky, 10 de junio de 1975, Archivo General de la Nación.
Diseño de tapa: *Troop Designers*
Corrección general: Eudeba

Impreso en la Argentina
Hecho el depósito que establece la ley 11.723

LA FOTOCOPIA
MATA AL LIBRO
Y ES UN DELITO

No se permite la reproducción total o parcial de este libro, ni su almacenamiento en un sistema informático, ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio, electrónico, mecánico, fotocopias u otros métodos, sin el permiso previo del editor.

ÍNDICE

Presentación.......7

Parte I
LOS CONCEPTOS EN LA HISTORIA

Las muchedumbres solitarias de la TV norteamericana.......21
Lynn Spigel

De la masa a la multitud. El conflicto político en el cine italiano.......49
Antonio Medici

Televisión y masas. De las representaciones históricas a la nueva etapa de mediatización.......69
Mario Carlón

Parte II
LOS TRABAJADORES: FIGURACIONES DE LA CELEBRACIÓN Y LA PROTESTA

Los trabajadores, entre el uniforme y la fiesta.......89
Clara Kriger

Fueron millones... Las masas en la gráfica política y los noticiarios cinematográficos.....105
Marcela Gené

La excepción y la regla. El cine informativo entre el acto político y la protesta social.......115
Irene Marrone

Las masas andinas ingresan al llano zafrero: Atahualpa Yupanqui y el cine.......135
Fabiola Orquera

Parte III
EL PUEBLO COMO MITO, SUJETO O TESTIGO

Rituales angélicos. Pueblo, infancia y duelo en Leonardo Favio 153
Ana Amado

El frenético y colorido baile del pueblo: Glauber Rocha y *Antônio das Mortes* 165
Gonzalo Aguilar

Las masas en la era del testimonio. Notas sobre el cine del 68 en América Latina 179
Mariano Mestman

Parte IV
LAS MASAS Y LA NACIÓN

El fascismo en la televisión italiana contemporánea; la televisión en el cine del fascismo 219
Vito Zagarrio

España: el espacio público desde la Transición democrática a los éxitos deportivos 241
Manuel Palacio y Concepción Cascajosa

La representación televisiva de los desaparecidos: del *Documento Final...* al programa de la CONADEP 257
Claudia Feld

La plaza de Malvinas: el color de la multitud 277
Mirta Varela

Acerca de los autores 299

PRESENTACIÓN

> La clave para una comprensión de la historia cultural de los últimos doscientos años es la discutida significación de la palabra *popular*.
>
> Raymond Williams

Pueblo, plebe, muchedumbre, multitud, masa se encuentran entre los conceptos más problemáticos de la Historia conceptual e intelectual. Desde fines del siglo XIX no han cesado los debates y valoraciones divergentes acerca de estos términos que han sido objeto de exaltación y desprecio pero nunca de indiferencia o abandono. La cita elegida como epígrafe no ofrece dudas sobre la centralidad de lo popular pero deja abierta la valoración de esa y otras nociones con las que comparte un mismo campo semántico. No es casual que sea también Raymond Williams quien observa que "no hay *masas* sino apenas, maneras de ver a las personas como *masas*".

Se trata de cuestiones recurrentes en las ciencias sociales y humanas, que pueden rastrearse en el pensamiento filosófico o sociológico, en la literatura o el ensayismo, en períodos y lugares diversos. La repercusión alcanzada por el concepto de *multitud* en las intervenciones de Michael Hardt, Toni Negri o Paolo Virno durante la última década es otra muestra de la vitalidad de este tema que refiere a problemas irresueltos sobre un sujeto histórico de máxima importancia política y social. Entre nosotros, *Las multitudes argentinas* publicado por José María Ramos Mejía en 1899 –apenas poco después de los ensayos de Gustave Le Bon en Francia– resulta una referencia clásica y, en cierta medida, fundante de un debate. Tal vez por ello fue el título utilizado para un volumen compilado por Horacio González y Eduardo Rinesi en 1996, casi un siglo después, y en el que se revisó esta cuestión desde diferentes puntos de vista.

Las preguntas sobre cómo nombrar a ese sujeto colectivo, quién puede o tiene derecho a hacerlo y qué valores están en juego en ese acto, siguen siendo interrogantes con respuestas parciales o interesadas, pero nunca definitivas. Si, por un lado, la acción de las *masas* en la historia fue valorada por más de una tradición política o intelectual, por otro, en tono más o menos provocativo, se han sucedido las formulaciones que refieren a la falta de autonomía popular o a su situación de dominación, en definitiva al hecho de que el poder atraviesa su configuración. Desde el modo sentencioso y definitivo que adopta Michel De Certeau cuando dice que "el pueblo no existe por fuera del gesto que lo suprime", hasta el análisis psico-sociológico de Claude Grignon y Jean-Claude Passeron al observar que "la cultura de los dominados está obsesionada por lo que los dominantes hacen a los dominados", los conceptos mencionados fueron muchas veces portadores de valores tan negativos que ningún sujeto podría reconocerse en ellos sin conflicto.

I.

La problemática general de la representación de las *masas* (el *pueblo*, la *gente*, la *multitud*, la *ciudadanía*) reconoce una larga tradición en la filosofía política y los estudios sobre la representación político-democrática. Por eso se configuró como un tema relevante en el campo de la sociología y la historia social y cultural, al mismo tiempo que cuenta con una larga filiación en la teoría estética. Este libro no desconoce los debates sobre la historia de los conceptos; pero busca centrar su indagación en el plano de las imágenes.

La articulación entre la representación política y estética produce un espacio fronterizo o de intersección que, sin embargo, no logra eludir las innumerables críticas que se le han realizado al concepto de representación en ambos campos. Esta doble dimensión (política y visual) del sentido de la representación puede rastrearse desde temprano tanto en la historia política y cinematográfica, como así también en sus relaciones. Si desde sus inicios la *multitud* estuvo presente en los medios modernos, cuya propia emergencia fue correlativa de la visibilidad de multitudes en las grandes ciudades, su relación con el cine y la democracia política moderna también fue estrecha. De alguna manera, como ha observado Shlomo Sand, la democracia moderna, el concepto de *masas* y el cine nacieron al mismo tiempo y aumentaron su influencia política y cultural en la medida en que crecía el protagonismo de las *masas* a lo largo del siglo XX.

En cualquier caso, desde la "invención del pueblo" durante el romanticismo hasta la actualidad, su definición ha estado "amenazada" por su desaparición, su disolución o pérdida de identidad en una sociedad cada vez más homogénea y global. Grignon observó con agudeza que si la producción masiva pudo, en el siglo XIX, suscitar las clases y la lucha de clases, el consumo de masas las confundiría y las aboliría. De manera que un problema central al que se enfrentó el siglo XX fue la indiferenciación y, como contrapartida, los mecanismos de distinción en una sociedad que tiende a suprimir pero también a producir barreras en forma permanente. Si, tal como han señalado Leonor Arfuch y Verónica Devalle, se ha producido una *proliferación de lo visible* durante el denominado "siglo de las masas" y hasta la actualidad, en ese marco la diferenciación e indiferenciación se han vuelto un problema central para pensar el modo en que la muchedumbre, las masas o las multitudes son "registradas" o "construidas" por las imágenes del cine y la televisión.

Del mismo modo que el cine fue un dispositivo fundamental para la conformación de un público de masas durante la primera mitad del siglo XX, no se puede desconocer el rol de la televisión posteriormente, así como el debate que en las últimas décadas ha suscitado lo que muchos autores han llamado "el fin de los medios de masas". Desde la presencia del público urbano en la oscuridad de las salas de cine, hasta las familias suburbanas para quienes la televisión se convirtió en la mayor fuente de ocio en el espacio doméstico, la conformación de un público de masas no puede eludir el rol de estos medios. Pero además, desde muy temprano, el cine también sirvió para poner en escena a los sujetos a quienes se dirige y devolverles, de esta forma, su propia imagen como en un espejo. De allí que una pregunta que ha estado en la génesis de este libro ha sido: ¿cómo representan los medios de comunicación (de masas) a las masas?

La elección de las imágenes como soporte privilegiado para observar el proceso de transformación de las representaciones de masas atiende, entre otras razones, a la posibilidad de "leer" en las imágenes aspectos desatendidos en el análisis de los discursos o las prácticas de los actores en instancias como manifestaciones, concentraciones o actos públicos. Una antropología de las imágenes –en el sentido propuesto por Hans Belting– permitiría incorporar dimensiones no siempre presentes en las lecturas, tales como el cuerpo, la vestimenta, la gestualidad, etc. Pero también permitiría interpretar las imágenes como documento de época en el sentido en que la Historia cultural lo ha venido haciendo –como es el caso de Peter Burke– y como objeto específico de una transformación estética y política a lo largo del tiempo.

De esta manera, estaríamos frente a una transformación de las nociones (*masas*, *pueblo*, *gente*, *multitud*, *plebe*, *ciudadanía*) en relación con los significados y valores que le fueron atribuidos, así como frente a una transformación de las *figuraciones* y los *motivos visuales* (en torno a las *masas*) característicos, sus cambios en relación con los marcos político-culturales, los desarrollos tecnológicos, los discursos y teorías sociales en boga, las ideologías y *estructuras del sentir*. De algún modo, varios de los trabajos reunidos en el libro indagan en inflexiones históricas significativas para el tratamiento visual de las masas en diversas geografías, desde un tipo de aproximación al campo de las imágenes que supone combinar el análisis textual y contextual de las mismas.

Asimismo, al centrar la investigación en el plano de las imágenes, asumimos la hipótesis general de que ellas cuentan con una relativa autonomía respecto de los conceptos y que no son, por lo tanto, su mera traducción. En este sentido, una de las preocupaciones que nos ha guiado atañe a la relación entre ambos: ¿las imágenes reproducen lo que "dicen" los conceptos o crean nuevas representaciones? En otras palabras: ¿es posible hablar de "representación" audiovisual o, en todo caso, de una "figuración" de nuevos sentidos producidos por las imágenes? Los "Visual Studies" o estudios visuales, entendidos como confluencia de la historia del arte, los estudios culturales y la teoría literaria, han producido lo que W.J.T. Mitchell llamó "pictorial turn". Se trata de un giro teórico correlativo de la creciente importancia adquirida por lo que algunos autores han llamado Cultura visual. Con estos antecedentes, nuestra perspectiva se ubica en un campo donde la imagen es concebida como un elemento que atraviesa producciones diversas –la pintura, el dibujo, la fotografía, la historieta, el cine, la televisión, etc. – sin desconocer las distinciones estéticas y culturales propias de cada medio. Esto implica una articulación permanente entre la indagación teórica y la interpretación histórica. Es decir, la construcción de corpus cinematográficos o televisivos adquiere sentido desde algunos presupuestos teóricos que, sin embargo, deberían ser permanentemente revisados a partir del trabajo sobre una empiria históricamente situada.

II.

A pesar de la existencia de estudios que podrían insertarse en un posible campo "audiovisual", las investigaciones sobre cine y televisión, como se sabe, cuentan con tradiciones teóricas divergentes. Tal vez por ello, reunir trabajos que abordan el análisis del cine y la televisión en un mismo libro resulta tan difícil como estimulante. La "crítica cinematográfica" es un campo consolidado y ligado, en cierta forma, a la crítica de arte, con la que comparte presupuestos, objetivos e intereses. Los críticos luchan por imponer juicios de valor respecto de los filmes, los géneros y las estéticas, por descubrir autores y por redescubrir aquellos que permitan revisar el canon. Resulta imposible hallar un campo equivalente en el caso de la televisión. Cuando se buscó legitimar la programación televisiva o algún género en particular (como es el caso de la telenovela en América Latina), se lo hizo antes por su interés sociológico –como objeto de la cultura popular– que por su interés estético. Recién en los últimos años ha habido una reivindicación de las narrativas televisivas de seriales norteamericanos que suscitaron un tipo de fanatismo que podría tener algunos puntos de contacto con la cinefilia.

Por el contrario, los estudios sobre televisión han desarrollado un campo específico de investigación en recepción que ha debatido extensamente cuestiones teóricas y metodológicas acerca de las audiencias, mientras que la investigación en recepción cinematográfica no ocupa un rol igualmente significativo. En este sentido, podríamos decir que mientras en la investigación sobre televisión ha predominado el abordaje desde la sociología o el análisis del discurso, en la investigación sobre cine –mucho más desarrollada que la anterior– ha predominado el discurso crítico frente al sociológico. Aunque esta distinción debería ser matizada y considerarse de modo tendencial, no sólo por los notables antecedentes de abordaje del fenómeno fílmico desde perspectivas sociológicas, semióticas o de historia social, sino porque en las últimas décadas los avances de estudios académicos en ambos campos muestran sin duda un panorama más complejo.

En cualquier caso, pensamos que la citada tradición produce malentendidos y dificultades para el diálogo. Sin embargo, quizá por eso mismo nos ha parecido importante avanzar en ese camino. De hecho, los trabajos incluidos en este libro reconocen múltiples perspectivas disciplinares, en su mayor parte afines a la sociología cultural, la historiografía cinematográfica, la antropología de la imagen y los estudios visuales. Y algunos de ellos utilizan fuentes televisivas y cinematográficas simultáneamente.

En este sentido, el libro en su conjunto incluye una perspectiva comparativa. Pero no sólo en lo referido a la presencia de las masas en esos dos grandes medios (a veces también en fotografía, gráfica, radio o pintura), sino también en relación con diversos países y períodos históricos. Como sabemos, tanto las investigaciones sobre cine como las de televisión tienden a privilegiar una perspectiva nacional y es habitual que ese punto de vista sea el que organice las historias y las estéticas. Si bien se trata de un recorte que resulta fácil de comprender, también es cierto que impide pensar similitudes y diferencias de época desde una perspectiva transnacional, así como considerar las redes intelectuales y artísticas que abarcan realizadores de varios países, las coproducciones, la circulación comercial, la recepción diferenciada de las mismas imágenes, las tradiciones, etc. Por otra parte, en algunos momentos históricos específicos la circulación internacional o las similitudes entre formas de producción, temas o problemas se vuelven más evidentes.

III.

El libro se organiza en cuatro secciones de acuerdo a criterios que son a la vez conceptuales e históricos, ya que propone reconstruir el modo en que emergieron, se consolidaron o transformaron las figuraciones visuales que dan cuenta de ese sujeto de difícil definición. En algunos contextos específicos, la proliferación de documentos visuales permite pensar, inclusive, en un campo donde las configuraciones visuales producidas desde posiciones relativamente internas o externas a las luchas populares entran en conflicto. En este sentido, los noticiarios cinematográficos, el registro televisivo, el cine clásico, el cine político o el videoactivismo implican, según el contexto histórico, posiciones dentro de campos en tensión que aparecen analizados en varios de los trabajos incluidos.

Más allá de la división en secciones adoptada, también son varios los ejes comunes que recorren el libro. Algunos atañen a los motivos que llevan a las masas a ocupar el espacio público entre los polos de la celebración y la protesta y que, en muchos casos, implica también una relación de adhesión, distancia o exaltación de la figura del líder. Otros refieren al espacio público en tanto condicionante fundamental para que las masas se vuelvan visibles y el modo en que se ve afectado por las formas de recepción diferenciadas del cine y la televisión. También son recurrentes las referencias a los cambios técnicos introducidos en ambos medios –como el directo y el color– y las implicancias estéticas y formales que los acompañan.

La *primera sección* incluye tres artículos que problematizan justamente la relación entre conceptos y procesos históricos a partir de diferentes estrategias y perspectivas que incluyen la historia social y cultural, la sociología del cine y la semiótica.

El artículo de Lynn Spigel retoma el título del libro de David Riesman, *The lonely crowd*, que produjo un gran impacto en el momento de su primera edición en 1950, cuando la televisión comienza a reemplazar el espacio material de la ciudad en el centro de la vida social moderna y augura, de esta manera, la "desaparición" de las masas. En el prólogo a la edición norteamericana de *Television, technology and cultural form* de Raymond Williams, Spigel ya había subrayado la importancia de la relación entre suburbanización y audiencias familiares, un tema recurrente en su investigación. En el presente artículo, reconstruye a través de fuentes heterogéneas (archivo de los programas de televisión, revistas, periódicos, fotografías y publicidades) el modo en que la televisión norteamericana –en este sentido paradigmática– exhibió públicamente en la pantalla a las audiencias que parecían anónimas, atomizadas y dispersas. La asistencia del público a los estudios es una estrategia que recorre la historia de la televisión permitiéndole dar forma a la audiencia de masas en el ámbito privado.

Mario Carlón parte de un supuesto similar, ya que entiende la televisión como un producto de la sociedad de masas cuya mirada es formada históricamente en el contacto con los medios de *broadcasting*. Pero Carlón elige otro camino para interpretar el lugar de las *masas* en la pantalla: por un lado, se detiene en el directo televisivo como un dispositivo que permite captar la imprevisibilidad de las multitudes al abolir la diferencia temporal entre enunciado y enunciación y de esta forma incorporar "vida", lo que obliga a repensar las relaciones entre naturaleza y cultura; por otro lado, propone observar una singular situación contemporánea producto de la articulación del proceso de hibridaciones entre medios masivos y medios digitales, característico de los últimos años, con lo que identifica como "el ascenso de los sujetos en la historia de la mediatización".

Antonio Medici, por su parte, también aborda las transformaciones que afectan la representación de las masas durante la segunda mitad del siglo XX pero en su caso lo hace a partir de un corpus de filmes políticos italianos donde lee el pasaje "de la masa a la multitud". De la misma manera que Carlón, Medici atiende a los cambios tecnológicos en los dispositivos audiovisuales pero, al relacionarlos con los modos de producción y registro del cine político, al mismo tiempo recorre la progresiva pérdida de hegemonía del Partido Comunista Italiano, primero como consecuencia de las movilizaciones obreras y la emergencia de una "nueva izquierda" en los años sesenta/setenta, y después por la pérdida del lugar geopolítico de la Unión Soviética (con el fin del PCI en 1991), mientras irrumpen nuevas subjetividades y culturas políticas en el cambio de milenio. Para ello analiza una producción colectiva del PCI de la inmediata posguerra, otra sobre la muerte del histórico líder Palmiro Togliatti, un film en torno a las luchas obreras del "autunno caldo" de 1969 editado por los propios trabajadores y un documental sobre los sucesos del G8 en Génova en 2001, construido con registros de videoactivistas desde dentro mismo de las manifestaciones.

La *segunda parte* del libro está dedicada a las figuraciones y los motivos visuales que dieron cuenta de las masas trabajadoras en su actividad laboral, en la celebración o en la protesta, desde la década de 1920 hasta fines de la de 1950 en la Argentina. El asunto es tratado por investigadoras que habían abordado el período previamente en ensayos o libros recientes, y que aquí vuelven sobre el mismo para reflexionar en particular sobre la representación cinematográfica de estos colectivos.

El ensayo de Clara Kriger aborda un corpus que abarca desde documentales y noticiarios producidos por Cinematografía Valle –asociados a políticas inclusivas y proyectos económicos modernizadores–, pasando por la "estetización" observable en los films sobre el progreso industrial realizados por el Instituto Cinematográfico Argentino, hasta las nuevas estrategias puestas en juego en la propaganda del peronismo histórico

(1946-1955), donde las posibilidades tecnológicas de posguerra facilitaron la renovación de los modos de representación de la escena política. El artículo de Marcela Gené también refiere a este último período para analizar la propaganda a cargo de los organismos gubernamentales en ocasión de eventos como el Día del Trabajo y el Día de la Lealtad. Pero en este caso pone en diálogo las imágenes de trabajadores registradas por los noticieros cinematográficos con aquellas presentes en los afiches de los ilustradores o en las fotografías. De este modo, la autora se detiene en las representaciones de la *multitud* durante el período, pero como punto de partida para una indagación en la "construcción histórica" de este *topos* en representaciones de *masas* de repertorios de la gráfica política occidental.

El artículo de Irene Marrone recorre un período similar al de Kriger, deteniéndose en materiales de lo que denomina "cine informativo" (las actualidades, los noticiarios y los documentales) que registraron o representaron a las *masas*: desde una temprana nota de Cinematografía Max Glücksmann en torno a los actos del primer Centenario en 1910, hasta el registro del conflicto sindical en un año singularmente agitado del panorama gremial como 1959. Seleccionando dos tipos de notas (las referidas al acto político conmemorativo y a la protesta social), Marrone distingue diversas configuraciones de las *masas* que asocia a momentos históricos y tipos de gobierno: como público (gobiernos conservadores), como procesión cívica y manifestación de correligionarios (actos del yrigoyenismo), como pueblo feliz (el peronismo), como ciudadanía republicana (que asocia tanto a gobiernos democráticos como dictatoriales del posperonismo) y aun cuando sólo de modo excepcional, como clase obrera (en torno al conflicto por la ocupación del Frigorífico Lisandro de la Torre, en 1959).

En el cierre de esta sección, el artículo de Fabiola Orquera introduce un sujeto menos frecuente en los estudios sobre cine: las *masas* trabajadoras del norte. Lo hace a partir de dos películas de ficción de la segunda mitad de los años cincuenta (*Horizontes de Piedra*, de Román Viñoly Barreto, y *Zafra*, de Lucas Demare), que dan cuenta del ingreso de las masas andinas al llano zafrero, ocurrido en el marco del proceso de modernización periférica en torno a la caña de azúcar. Ambos films –que formarían parte de una corriente indigenista y latinoamericanista– contaron con una participación destacada de Atahualpa Yupanqui, a quien Orquera piensa como "mediador evanescente" entre ámbitos político-culturales antagónicos (el marxismo y el peronismo; la Pampa y el norte; la cultura letrada y la oral, según indica) y en cuya "construcción simbólica del Ande" se inspirarían estos films.

Los ensayos de la *tercera sección* recorren los modos de configuración del *pueblo* en algunos realizadores o períodos clave del cine de diversos países de América Latina. En el caso argentino, Ana Amado regresa sobre las variantes míticas de la construcción del *pueblo* peronista en Leonardo Favio. Amado recorre la obra del cineasta desde su primer largometraje de ficción, *Crónica de un niño solo* (1965) –donde destaca coincidencias con Rodolfo Walsh y Fernando Solanas en torno a la figuración de la infancia como expresión del "afecto político" en el imaginario peronista–, pasando por la potencia emotiva de la "inocencia infantil" frente a la violencia en los años setenta, hasta el lugar del mito como mediador de la "identificación directa" entre cine y peronismo en los años noventa, sea en *Gatica* (1993) o en el extenso ensayo monumental *Perón, sinfonía de un sentimiento* (1994-2000), donde la autora analiza el retorno de tópicos del peronismo histórico en la Argentina contemporánea.

Gonzalo Aguilar se detiene en la obra de otro destacado cineasta, el brasileño Glauber Rocha, pero en este caso para indagar en la coyuntura de fines de los años sesenta a través de su film *Antônio das Mortes* (1969), donde observa un distanciamiento del "andamiaje racional y argumentativo" dominante en el cine político del período en América Latina y una visión menos optimista del cambio social. Mientras el cine militante del grupo Cine Liberación de Argentina o del boliviano Jorge Sanjinés buscaba la construcción cinematográfica del *pueblo*, dice Aguilar, Glauber proponía "un cine en el que el pueblo estaba *em transe*, siempre por venir y siempre en proceso de invención". De allí que se detenga en la revalorización del misticismo, el colapso de la racionalidad y la introducción del color, que considera fundamental en esta etapa del cine latinoamericano.

También Mariano Mestman focaliza en esa coyuntura del Nuevo Cine Latinoamericano. En su caso se pregunta por las estrategias de representación de las *masas* en el momento en que el *testimonio subalterno* ocupaba un lugar destacado en la producción cultural. Así analiza la dialéctica masas/testimonio en cuatro films políticos que incorporaron los casos más resonantes de la "literatura testimonial" de esos años: el cimarrón cubano Esteban Montejo, la dirigente minera boliviana Domitila Barrios, el militante peronista Julio Troxler y los estudiantes del 68 mexicano. El ensayo aborda los modos en que, desde el documental o la ficción, estos sujetos "hablan" en los films. Y se detiene en las articulaciones de su palabra subalterna con las imágenes de *masas* y las tesis insurreccionales epocales, justamente en un momento previo (y distinto) a cuando el *testimonio* se configuró en torno a la denuncia de violaciones de derechos humanos en la región.

Finalmente, la *última parte* reúne cuatro artículos que refieren al lugar de las masas en relación con regímenes políticos autoritarios para los cuales la cuestión "nacional" fue central: el fascismo en Italia, la última dictadura militar en Argentina y el franquismo en España. En este último caso, Manuel Palacio y Concepción Cascajosa inician su trabajo con la transmisión de los funerales de Francisco Franco y la coronación del Rey Juan Carlos. De esta manera analizan el modo en que la presencia de las multitudes en el espacio público se ha resignificado desde el periodo de la transición hasta la actualidad. El recorrido propuesto por Palacio y Cascajosa recorta una serie de acontecimientos significativos de la historia política española y los relaciona con el modo en que la televisión construyó nuevas narrativas donde las movilizaciones contra secuestros y atentados de ETA ocupan un lugar significativo pero también las que se produjeron en torno de la identidad nacional como consecuencia de los éxitos deportivos cosechados por España en los últimos años.

Los otros tres trabajos abordan el devenir de las figuraciones del pasado a través de diferentes perspectivas que, sin embargo, coinciden en plantear sus huellas en el presente, así como reconstruir el modo en que esos regímenes políticos produjeron sus propias representaciones. Vito Zagarrio sostiene que el fascismo es un tema recurrente en el cine y la televisión italianos contemporáneos, en un contexto de reflexión acerca del alcance y definición del fascismo desde el punto de vista teórico, así como de revisión de algunos valores adquiridos por la sociedad italiana, asociados a él o a la resistencia. Zagarrio cuestiona el modo en que los filmes y emisiones televisivas convierten el fascismo en un hecho "espectacular" y, por lo tanto, con un cierto atractivo. Pero también observa que las versiones críticas no dejan de presentarlo como un hecho fascinante, por ejemplo, a través del uso de los noticieros cinematográficos de Luce que exaltan su carácter de régimen de masas y su extrema modernidad, cuya alusión en el cine histórico del fascismo es asimismo estudiado en los filmes en relación con la presencia de la radio y la televisión.

El trabajo de Claudia Feld se pregunta por las posibilidades de representación de los desaparecidos en Argentina en un medio como el televisivo, así como por las tensiones entre lo individual y lo colectivo que afectan el modo en que se plantean las continuidades o discontinuidades entre los desaparecidos y las multitudes políticas del período anterior al golpe de Estado, cuyas imágenes de archivo fueron utilizadas reiteradamente por la propaganda militar. Feld analiza dos emisiones televisivas de 1983 y 1984, la primera realizada por el último gobierno militar para ocultar la responsabilidad de las Fuerzas Armadas en las desapariciones, y la segunda, producida por la CONADEP para develar lo que en verdad había sucedido. De esta forma, se detiene en un acontecimiento con el que propone demarcar la frontera entre la dictadura y la transición a la democracia, un problema que también aborda el trabajo de Mirta Varela que ubica ese momento en la Guerra de Malvinas. Varela centra su análisis en una transformación técnica –la introducción del color en la televisión argentina– que implica asimismo una dimensión estética y afecta el modo en que se construyen posteriormente los relatos e imágenes de la dictadura que utilizan el contraste blanco y negro vs. color en forma significativa. Para ello recorta una escena (la llamada Plaza de Malvinas, donde una multitud se concentra en apoyo a la guerra iniciada por el General Galtieri) y rastrea el modo en que las imágenes producidas por la televisión en aquel momento fueron utilizadas posteriormente por las producciones documentales y ficcionales de ese medio y del cine.

IV.

Los trabajos reunidos en este libro surgieron de las respectivas intervenciones en el Seminario Internacional "Representaciones audiovisuales de las masas. Perspectivas comparadas", realizado en la Biblioteca Nacional de la ciudad de Buenos Aires el día 29 de octubre de 2010. Originalmente programado para los días 28 y 29, debió reducirse a una sola jornada debido al sorpresivo fallecimiento del ex presidente Néstor Kirchner. El clima del encuentro estuvo inevitablemente atravesado por esa circunstancia que no sólo produjo una concentración de masas multitudinaria para despedir los restos velados en el Salón de los Patriotas de la Casa Rosada, sino que desencadenó una guerra de imágenes y representaciones en los medios de comunicación. En la sala Augusto Raúl Cortazar donde realizamos las sesiones, Cora Gamarnik y Ana Lía Rey habían organizado la muestra "Representaciones fotográficas de las masas en Argentina (1900-2001)" donde podían verse numerosas fotografías de prensa de distintas épocas, a las que sumaron a último momento las tapas de los principales diarios de ese día. En ese sentido, a pesar de que la mayor parte de los trabajos referían a sucesos históricos, la actualidad de los problemas que se discutieron no necesitaba mayor justificación.

Sin embargo, el libro no es exactamente la publicación de las "actas" de ese encuentro, ya que la discusión, los comentarios y los intercambios realizados durante el seminario tuvieron como objeto abrir un proceso de revisión, actualización y reescritura de las presentaciones originales. Se trató de un trabajo que continuó durante el tiempo que llevó la preparación del volumen (2011-2012) y de este modo el libro se inscribe en un programa de investigación colectivo iniciado con el Proyecto PICT-Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica (2008-2010) *La representación de las masas en la televisión argentina: 1951-2001* y que continúa actualmente con el proyecto PIP-CONICET (2011-2013) *Inflexiones históricas en las imágenes de las masas. Cuestiones de representación visual y archivo.* En estos proyectos trabajamos junto a otros investigadores –algunos de los cuales participaron con ensayos en el seminario y el libro, como Gonzalo Aguilar, Ana Amado, Claudia Feld o Fabiola Orquera– y nos proponemos dialogar con la bibliografía nacional e internacional sobre el tema, en particular a través del seminario mensual "Medios, historia y sociedad" realizado en el Instituto de Investigaciones Gino Germani desde hace varios años. En la medida en que este volumen articula las indagaciones de ambos proyectos y se propone intervenir en la reflexión sobre el tema objeto de los mismos, preferimos omitir en esta introducción la discusión sobre los numerosos aportes bibliográficos existentes que, si bien forma parte de nuestra investigación y está parcialmente presente en los artículos compilados, sólo redundaría aquí en un recorrido demasiado extenso.

Este libro y el seminario organizado en la Biblioteca Nacional no hubieran sido posibles sin el aporte de varias instituciones públicas a las que deseamos hacer explícito nuestro agradecimiento porque han financiado nuestras investigaciones y han facilitado el encuentro de los autores aquí reunidos. El CONICET y la Universidad de Buenos Aires son nuestros lugares de trabajo y de ellos hemos recibido un apoyo fundamental. En primer lugar, el evento contó con un subsidio para la Organización de Reuniones Científicas del CONICET y con financiamiento de la Agencia Nacional de Promoción Científica y Técnológica, a través del proyecto PICT referido. Dicho proyecto constituyó un impulso inicial para la investigación sobre este tema y para la conformación del Archivo Audiovisual del Instituto de Investigaciones Gino Germani. El estado de los archivos en la Argentina y las dificultades para el acceso público a los mismos nos llevó a proponer la conformación de este archivo destinado a la investigación, para el que unimos esfuerzos con el grupo que dirigen Irene Marrone y Mercedes Moyano Walker, que ya venía trabajando en el acopio y catalogación de materiales. Un inventario de noticiarios cinematográficos, filmes documentales, noticieros y programas de televisión sólo puede realizarse y sostenerse en forma colectiva. Para esto fue importante el apoyo del Instituto de Investigaciones Gino Germani, inicialmente durante la dirección de Carolina Mera y luego de Julián Rebón, así como la de los responsables de su Centro de Documentación e Información, primero Mabel Kolesas y luego Carolina De Volder. Y en particular la dedicación al funcionamiento del archivo de Lucía Engh, Máximo Eseverri, Florencia Luchetti y Fernando Ramírez Llorens.

Por su parte, el proyecto PIP-CONICET mencionado y el proyecto UBACYT 2011-2014 que codirigimos también colaboraron a financiar esta investigación y la realización del libro. En ese sentido, queremos mencionar especialmente el apoyo de la Secretaría de Ciencia y Técnica de la Universidad de Buenos Aires, que nos permitió consolidar un grupo de trabajo en el Instituto de investigaciones Gino Germani y la cátedra de Historia de los medios de la carrera de Ciencias de la Comunicación.

Mariana Rosales hizo un aporte central en la organización del seminario, así como en el trabajo de corrección y armado de los artículos que integran este libro. También queremos agradecer el cuidadoso trabajo que realizaron Carla Alliegro y Diego Balboa en la traducción de los textos de Antonio Medici y Vito Zagarrio (del italiano) y de Lynn Spigel (del inglés), respectivamente, y el de Pablo Castillo en la edición final del volumen.

Mariano Mestman y Mirta Varela
Diciembre, 2012

NOTA

El libro presta particular atención a los rasgos técnicos y estéticos de las imágenes y algunos artículos aluden especialmente a la significación del uso del color. Por esa razón se ha indicado en cada epígrafe cuando se trata de un original en color que el lector interesado puede hallar –además de algunos fragmentos de video- en la siguiente dirección: http://www.rehime.com.ar/libromasas.php

PARTE I

LOS CONCEPTOS EN LA HISTORIA

LAS MUCHEDUMBRES SOLITARIAS DE LA TV NORTEAMERICANA*

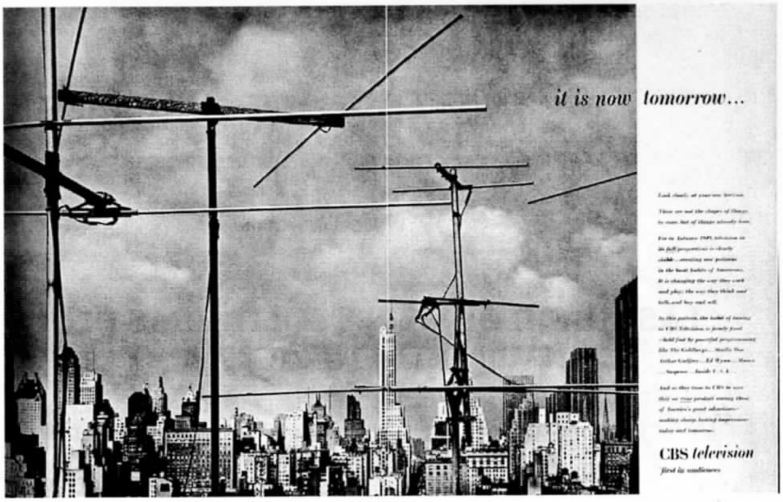
Lynn Spigel

En 1948, la CBS le encargó al fotógrafo Paul Strand ilustrar un anuncio dirigido a potenciales auspiciantes. Acompañada por la leyenda "Ahora es mañana", la fotografía de Strand muestra antenas de televisión suspendidas sobre el perfil de la ciudad de Nueva York. Las antenas dominan la composición, mientras que los rascacielos situados en el extremo inferior del encuadre parecen empequeñecidos, como en una miniatura, y cayéndose del cuadro. Al transformar a la televisión en la atracción central de una ciudad que se esfuma, la fotografía de Strand acierta en el corazón del mensaje de ventas de la CBS: en el mercado de la posguerra, el nuevo paisaje electrónico de la televisión reemplazará al espacio material de la ciudad como el centro de la vida social moderna. Se han ido las masas, muchedumbres, multitudes y *flâneurs* de la metrópolis moderna que observaron, entre otros, Simmel (1998), Baudelaire y Benjamin (2002).[1] En su lugar, como sugiere la falta de figuras humanas en la foto de Strand, el ascenso de la televisión presagia directamente la desaparición de las masas. De hecho, en la foto de Strand la colectividad social es reemplazada por la metáfora abstracta de la conectividad cableada.

---

*. Traducción de Diego Balboa.

[1] Benjamin trata el concepto de *flâneur* de Charles Baudelaire. Para más información, ver Susan Buck-Morss (1991).



Paul Strand, anuncio para CBS TV, 1948. Reproducido con permiso de CBS.

A continuación me ocuparé de cómo cambió el concepto de "masas" cuando la televisión comercial llegó a los hogares estadounidenses por primera vez en los años 50.[2] Durante este período, la televisión fue parte de una transición más general en la cultura de los EE.UU., donde los entretenimientos públicos de las metrópolis occidentales de comienzos del siglo XX se deslizaban progresivamente a formas de ocio más privatizadas.[3] Luego de la Segunda Guerra Mundial, los habitantes de los centros urbanos se alejaban de sus familias y redes vecinales para trasladarse a suburbios producidos en masa. Los críticos de la época a menudo veían a la televisión como el catalizador de la alienación y atomización suburbanas, lo que el sociólogo David Riesman (1968) famosamente tildó de "muchedumbre solitaria".[4] En estos nuevos asentamientos suburbanos, la televisión se transformó en la tecnología sustituta de formas más antiguas de esparcimiento urbano, particularmente el cine.

---

[2] Entre 1948 y 1955, la televisión llegó a casi dos tercios de los hogares de EE.UU., estableciéndose los mecanismos básicos de la industria de las cadenas de televisión. Para 1960, casi el noventa por ciento de los hogares estadounidenses tenía al menos un televisor, y cada persona lo miraba en promedio cinco horas al día. Nótese que la tasa de instalación varía levemente de una fuente a la otra. Estos estimativos se basan en *TV Facts* de Cobbett S. Steinberg (1980: 142); "Ventas de Electrodomésticos" y "Unidades Habitacionales", *Statistical Abstract of the United States* (Washington DC, GPO, 1951-56); Lichty y Topping (1975).

[3] Por ejemplo, la encuesta ampliamente citada de la revista *Fortune* de ese período saca la conclusión de que los espectadores estadounidenses habían elegido quedarse en casa, donde el sonido de alta fidelidad y la televisión prometían más y mejor entretenimiento que en "la era dorada del cine" (Larabee y Meyersohn, 1955).

[4] Nótese que mientras mucha gente en ese momento utilizaba el término "muchedumbre solitaria" para subrayar la alienación y aislamiento de las masas, Riesman mantuvo toda su vida que esto no era lo que quiso decir con esa expresión (un asunto al que se refirió en el nuevo prefacio para la versión abreviada de 1969, también publicada por Yale). En cambio, usó el término en su teoría general de los tipos históricos de personalidad "dirigida desde adentro" opuestos a las personas "dirigidas por los otros", y se interesaba en la forma en que los estadounidenses actuales de cla-

Una de las grandes diferencias entre el cine y la televisión como fenómeno social es su forma de articular la relación entre la vida pública y la privada. En su desarrollo en las metrópolis occidentales, las salas de cine ofrecían a sus audiencias la fantástica posibilidad de privacidad en público. Su forma arquitectónica, su penumbra cavernosa e interiores palaciegos reunían a la vez a grupos sociales y a individuos privados, al tiempo que su pantalla centralizada y el código de silencio requerían una contemplación imbuida en la ficción cinematográfica. Si bien siempre había posibilidades de formar vínculos sociales colectivos en los cines, la fantasía social dominante ofrecida por las películas nacía de la posibilidad peculiar de tener privacidad en público.[5]

La televisión prometía exactamente lo contrario. Ofrecía la posibilidad igualmente fantástica de sentirse en público estando a solas en casa. Cuando la televisión irrumpió en los hogares estadounidenses en la década de 1950, los ejecutivos de la industria, anunciantes y críticos la promovieron como el medio que vincularía a individuos aislados en un público nacional e incluso internacional. Se utilizaron tres metáforas dominantes para imaginar el rol de la TV desdibujando los límites entre el hogar y el mundo exterior. Los medios populares, los anunciantes y los voceros de la industria se referían a la TV como "una ventana al mundo", un "cine hogareño" y una forma de viaje virtual que les permitiría a los espectadores en sus casas ver el mundo a la distancia y participar de las emociones de la vida pública.[6] Por ejemplo, por tomar una cita literal de la metáfora del cine hogareño, un aviso de televisores Emerson de 1953 mostraba un aparato gigantesco montado sobre la tarima de un cine repleto de espectadores mirando la imagen proyectada en su pantalla. El intertítulo decía "¡Ahora! Una imagen tan nítida, tan definida... Creerá que está en el cine". Los programas televisivos de los años 50 tenían nombres como "GE Theater", "Playhouse 90" o "Texaco Star Theater", simulando la experiencia de

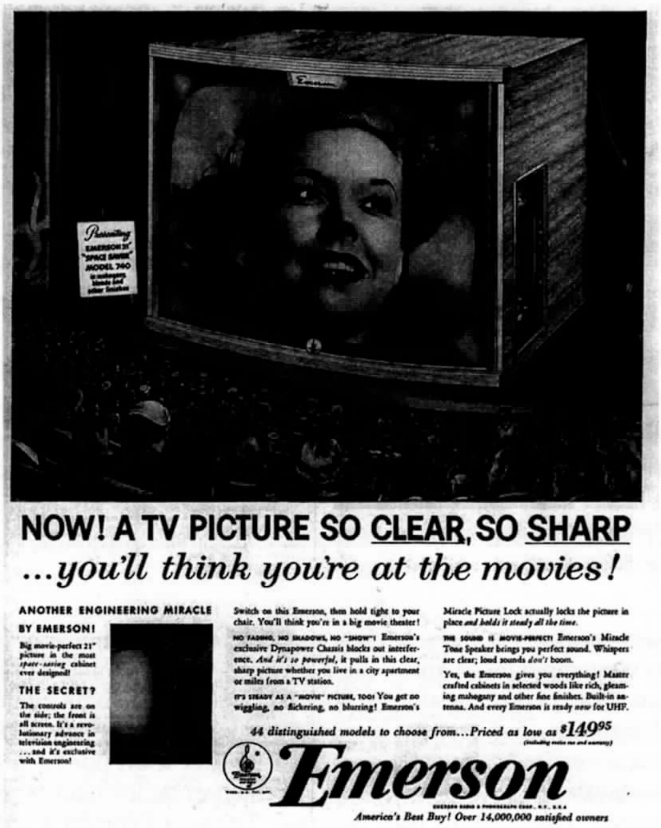
---

se media urbana cosmopolita (y a veces la clase media alta específicamente) habían forjado sus identidades con sus contemporáneos antes que a través de raíces familiares más tradicionales y acervo. Para Riesman, ésta era una cuestión de libertad y autonomía en un mundo donde la gente crecientemente se basaba en otros y en las expectativas de lo que los demás pensarían de ellos. Sin embargo, no vinculó específicamente a esos tipos "de dirección por los otros" con el "ocio" y el "creciente consumo de palabras e imágenes provenientes de los nuevos medios masivos de comunicación" (Riesman, 1968: 36). Es más, dijo que "Lo que es común a todos los individuos dirigidos por los otros es que sus contemporáneos constituyen la fuente de dirección para el individuo, sea los que conoce o aquellos con quienes tiene una relación indirecta, a través de amigos y de los medios masivos" (Riesman, 1968: 37). Riesman además incluyó un capítulo sobre los medios masivos y numerosos pasajes sobre cómo el consumismo, la moda y los medios habían moldeado al estilo de personalidad "dirigido por los otros".

[5] Para interpretaciones históricas de cómo las audiencias formaron colectivos sociales en las películas ver Miriam Hansen (1991); Shelley Stamp (2000); Kathy Peiss (1986) y Mary Carbine (2005).

[6] Sobre las representaciones de la TV como cine hogareño, ventana al mundo y forma de viaje virtual, también puede verse Lynn Spigel (1992: capítulo 4). Hay traducción parcial disponible en español en la Red de Historia de los Medios <www.rehime.com.ar>.

estar en una vibrante obra de Broadway o en un vodevil. Finalmente, los comerciales de televisores a menudo mostraban imágenes de ciudades famosas o lugares exóticos a los cuales la televisión permitiría a sus espectadores viajar imaginariamente. Un anuncio de 1944 de la Dumont Corporation de uno de los primeros televisores lanzados al mercado prometía a los compradores: "Usted será un Colón de sofá, navegará con la televisión a través de horizontes que se esfuman hacia estimulantes mundos nuevos... como si estuviera allí".[7] Sistemáticamente desde fines de los años 40 y durante los 60, la televisión era imaginada como un instrumento para participar de la vida social quedándose en la seguridad y confort del hogar.


Presenting
EMERSON 21"
"SPACE SAVER"
MODEL 740
in mahogany,
blonde and
other finishes

NOW! A TV PICTURE SO CLEAR, SO SHARP

...you'll think you're at the movies!

ANOTHER ENGINEERING MIRACLE BY EMERSON!

Big movie-perfect 21" picture in the most *space-saving* cabinet ever designed!

THE SECRET?

The controls are on the side; the front is all screen. It's a revolutionary advance in television engineering ... and *it's* exclusive with Emerson!

Switch on this Emerson, then hold tight to your chair. You'll think you're in a big movie theater!

NO FADING, NO SHADOWS, NO "SNOW"! Emerson's exclusive Dynapower Chassis blocks out interference. *And it's so powerful*, it pulls in this clear, sharp picture whether you live in a city apartment or miles from a TV station.

IT'S STEADY AS A "MOVIE" PICTURE, TOO! You get no wiggling, no flickering, no blurring! Emerson's Miracle Picture Lock actually locks the picture in place *and holds it steady all the time.*

THE SOUND IS MOVIE-PERFECT! Emerson's Miracle Tone Speaker brings you perfect sound. Whispers are clear; loud sounds *don't* boom.

Yes, the Emerson gives you everything! Master crafted cabinets in selected woods like rich, gleaming mahogany and other fine finishes. Built-in antenna. And every Emerson is ready *now* for UHF.

44 distinguished models to choose from...Priced as low as $149.95

Emerson

America's Best Buy! Over 14,000,000 satisfied owners

Anuncio de televisores, 1953.

Es más, la gente comenzó a ver la contemplación virtual como preferible a las formas públicas de vida social (Spigel, 1992). La TV ofrecía una nueva forma de ver y oír a otros a la distancia y así controlar la relación de uno con la multitud. Como dijo un hombre en una encuesta de 1949, "El televisor no me ha empujado a asistir en persona a ningún evento. ¿Por qué someterme a las multitudes si puedo sentarme acá cómodamente y ver lo mismo?". Si ésta parece una solución práctica y adecuada frente al desorden urbano, la idea de sociabilidad a distancia también tenía un reverso más inquietante, dado que a veces se asociaba con artilugios para filtrar a aquellos potencialmente indeseables. Esta idea de purificación social a través de la tecnología de las telecomunicaciones ya tenía una larga historia en la cultura de los EE.UU., remontándose a fines del siglo XIX con la aparición del telégrafo, el teléfono y luego la radio. Como sostiene Susan Douglas (1987: 309), en la década de 1920 cuantiosos miembros de la burguesía ilustrada acogieron a la radio por su habilidad de "aislar a los oyentes de las multitudes heterogéneas de individuos desconocidos, diferentes y potencialmente descontrolados".[8] En la posguerra, estas ideas se trasladaron a la televisión. En una época en que la Administración Federal de Vivienda imponía leyes de zonificación estricta de "líneas rojas" que efectivamente mantenían a los negros fuera de las nuevas comunidades suburbanas, y mientras en los entretenimientos públicos y el transporte estaban aún muy segregados, el nuevo ámbito electrónico de la televisión proveyó un tipo de vida social simulado que, no obstante, mantenía los prejuicios instalados. La televisión se convirtió en un medio de control del riesgo en el que la gente podía vincularse en una vida social imaginaria sin la amenaza del contacto físico real con la muchedumbre heterogénea (*cf.* Spigel, 1992).

---

[7] Todos disponibles para ser vistos online en Duke Ad-Access, Duke University Library, en <http://library.duke.edu> (buscar por año en la categoría televisión), y me explayo sobre algunos de ellos en Spigel (1992: capítulo 4).

Sin lugar a dudas, no todos adoptaron la nueva forma de vida social simulada de la TV. De hecho, la televisión fue a menudo fuente de una gran ambivalencia, particularmente en la cultura femenina. Estudios sociológicos mostraron que las mujeres consideraban que la televisión causaba aislamiento femenino en el hogar. En un estudio de audiencia llevado a cabo en el sur de California, una mujer se quejaba de que "Todo lo que mi marido quiere hacer es sentarse a mirar televisión, me gustaría salir más seguido", mientras otra decía: "Desearía dar una vuelta en el coche... pero mi marido quiere sentarse a ver una lucha en televisión" (McDonagh, 1956). Las revistas femeninas de los años 50 a menudo trataban el problema y mostraban a la televisión como fuente de confinamiento doméstico y frustración de las amas de casa.[9] En respuesta a esto, los anunciantes de aparatos de TV prometían resolver este dilema femenino sugiriendo que la televisión les daría una salida nocturna imaginaria. Numerosos comerciales de este período muestran a parejas arregladas glamorosamente frente a sus televisores mientras bailan, se abrazan o intercambian atentas miradas como si estuvieran en una discoteca o en un teatro. Las formas simuladas de vida social de la TV eran entonces presentadas no como un sustituto de segunda clase de lo real, sino como un ideal altamente romántico.[10]

---

[8] Por afirmaciones similares sobre las multitudes y los miedos a la diferencia social en relación con la invención del telégrafo y el teléfono, ver Carolyn Marvin (1990). Marvin además muestra cómo a fines del siglo XIX la gente pensaba que podían en efecto mantener a raya enfermedades y contaminación provenientes de gente en lugares lejanos usando el teléfono. Es interesante comparar esta imagen de la multitud libre de riesgo controlada por las telecomunicaciones con la teoría de la multitud explicitada en la publicación del Premio Nobel Elías Canetti, *Crowds and Power*, originalmente publicada en alemán en 1960 y traducida al inglés dos años más tarde. Es particularmente interesante notar que si bien Canetti no estaba teorizando sobre la relación entre los medios masivos y la multitud *per se*, estaba muy interesado en los temas de proximidad y distancia que eran también centrales en las tecnologías de telecomunicaciones y su relación con las multitudes. Comenzó *Crowds and Power* escribiendo: "No hay nada que el hombre tema más que el roce de lo desconocido. Quiere ver qué se le acerca y ser capaz de reconocerlo o al menos clasificarlo" (Canetti, 1983: 15). Varios párrafos después señala "Sólo en la multitud el hombre se libera de este miedo a ser rozado". Y "Sólo acompañados los hombres pueden liberarse de la carga de la distancia" (Canetti, 1983: 18). Desde este punto de vista, el uso de la TV y otras telecomunicaciones para controlar la relación individual con la multitud no contradice exactamente el postulado de Canetti. Más bien podríamos decir que en los EE.UU. la gente soñaba con usar teléfono, radio y televisión para crear multitudes virtuales al convertir la "carga de la distancia" en la fantasía liberadora de la tele-presencia.

La audiencia de estudio: multitudes electrónicas de televisión

Aun cuando los anunciantes promovían a la televisión como una forma de vida social simulada, las masas no desaparecieron con su advenimiento. Al contrario, la televisión desarrolló nuevas formas de representarlas en el contexto de la pantalla chica. Los productores de televisión crearon un conjunto de convenciones estéticas para hacer sentir a las masas que estaban directamente conectadas con la comunidad de gente imaginaria de todo el país, una audiencia masiva compuesta por individuos como ellos. La televisión temprana desarrolló convenciones estéticas formales (a menudo llamadas "vívidas") que hacían que los espectadores sintieran que estaban presenciando el evento en el lugar mismo.[11] Esta sensación de "estar allí" se lograba, por ejemplo, por el uso de la interpelación directa, en la cual los conductores hablaban directamente a la cámara haciendo parecer a la comunicación masiva una conversación interpersonal. Además, el uso de primerísimos primeros planos en las caras de los actores permitía a la audiencia en su hogar sentir como si estuviera íntimamente involucrada con la gente en escena. La creación de programación diaria en sincronía con el ritmo de la jornada de transmisión más el hecho de que muchos shows televisivos se emitían en vivo le daba a los espectadores la sensación de que el tiempo de la TV era simultáneo al suyo propio. Además –y más importante para lo que quiero mostrar aquí– la televisión presentaba imágenes de la audiencia masiva. A diferencia del cine clásico de Hollywood, que típicamente presentaba un mundo cerrado novelado de ficción realista, los programas televisivos a menudo mostraban audiencias mirando las emisiones mientras se las filmaba en estudios o salas de exhibición. Este "público de estudio" permitía a los espectadores sentirse parte de la nueva comunidad televisiva.

---

[9] Por ejemplo *Better homes and Gardens*, noviembre 1951, p. 218.

[10] Para más sobre mujeres y aislamiento doméstico ver Spigel, *Make Room for TV*, capítulo 4.

[11] Sobre la estética vívida en la televisión estadounidense de los 50 ver William Boddy (1992); Spigel (1992: capítulo 5) y Rhona Berenstein (2002). Mientras muchos programas se transmitían en vivo, se mantenían estas convenciones formales independientemente de si realmente iban en vivo o eran grabados en film (o, en los años 60, videotape).

Para los estadounidenses de posguerra, presenciar un show en vivo en el estudio era un evento cultural estimulante. Gente de todo el país se acercaba para participar como público de estudio en los programas de TV. Cuando la Centre Televisión Theatre de la NBC se inauguró en 1950, la cadena informó haber recibido cerca de 90.000 solicitudes de entradas para su primera transmisión.[12] En 1954, el periódico *The New York Times* informó que los programas de televisión filmados en Nueva York tenían una concurrencia anual que excedía ampliamente el millón y medio de personas, y que la transmisión televisiva figuraba entre los principales entretenimientos de la ciudad (Cotler, 1954).[13] Al comentar la importancia global de las audiencias en el estudio durante los primeros programas, un crítico del *New York Times* concluyó que "Cadenas, auspiciantes y actores, todos consideran a un buen público presente como un fuerte valor agregado para un show" (Cotler, 1954).

The Texaco Star Theater, 1951.

Las audiencias de estudio aparecían regularmente en una serie de géneros de la TV, incluyendo shows de variedades (un género muy influido por las versiones de los albores del siglo XX de teatro de vodevil), así como programas de preguntas y respuestas, de entrevistas, y aquellos con participación directa de la audiencia, en los cuales el público presente podía ser invitado al escenario o ser incluido en la acción.[14] Las cámaras a menudo se posaban sobre la multitud o hacían un paneo, una táctica que hacía que la audiencia hogareña sintiera que también participaba del evento público. Por ejemplo, el *Texaco Star Theater* de la NBC (uno de los primeros shows de variedades de una cadena que logró un amplio éxito emitiéndose en formato original de 1948 a 1952) comienza con un telón que se iza en pantalla. Luego de un comercial, el presentador Milton Berle aparece en escena.[15] Interactúa tanto con la audiencia hogareña (dirigiéndose directamente a cámara) como con el público en el estudio, pidiéndoles que se paren, preguntándoles sus nombres o bromeando afablemente. La cámara recorre a la audiencia que ríe, aplaude e incluso silba ocasionalmente. De forma similar, el programa de variedades y entrevistas nocturno de la NBC *Broadway Open House* (1950-1951) comienza con tomas de la plaza Times Square de Nueva York (literalmente haciendo que la audiencia en su casa sienta como si estuviera en este distrito famoso por sus teatros) y luego la cámara pasa a un escenario donde el presentador Jerry Lester se dirige a los hogares y también interactúa con el público presente (por ejemplo le pregunta a los asistentes "¿Todos consiguieron asiento?" y luego los invita a cantar con él).[16] En éste y en muchos otros ejemplos, el efecto final era el de un teatro barrial de vodevil de principios del siglo XX donde la gente común disfrutaba no sólo del show, sino además de la compañía mutua.[17]

---

[12] "New York-TV Capital" en *Chicago Defender*, 14 de octubre de 1950, p. 21.

[13] Cotler informó que un encargado de invitados de televisión le había dicho que la gente quería ser parte de la audiencia de estudio por la curiosidad de saber cómo lucían los conductores en la vida real o cómo funcionaban las producciones televisivas porque la TV era uno de los "pocos lugares donde poder ver talentos en vivo sin pagar un montón de plata" y, por el factor prestigio, particularmente para los pueblerinos que podían volver a casa y ufanarse con los lugareños de haber visto en vivo un show de TV.

Pero la representación de las audiencias en el estudio de la temprana televisión nos dice algo más que simplemente lo que la gente en ese momento consideraba buena televisión. Las audiencias son uno de los registros básicos que los historiadores poseen para pensar la forma en que las masas fueron imaginadas como multitudes cotidianas y colectivos sociales en la cultura estadounidense de mitad del siglo pasado.[18] Si los programas radiales ya habían incluido sonidos de la audiencia riendo o aplaudiendo durante las actuaciones, la televisión aumentó esta representación sonora con una imagen visual.[19] La TV presentó una nueva forma de ver cómo lucía la gente común cuando se aglutinaba *en masse*.[20]

---

[14] Los programas con participación de la audiencia a veces también permitían a los televidentes llamar por teléfono o enviar cartas que luego el conductor leía en pantalla.

Es diferente en Europa?

[15] Como en muchos programas de esta fase temprana, el comercial está verdaderamente integrado al formato de variedades del show y aparece en una canción y un baile a cargo de los Texaco Star Players (como las mascotas cantantes estilo Barber Quarter del auspiciante Texaco Gas and Oil). También aparecen como parte de la multitud a la que se muestra como trabajadores comunes vestidos de uniformes de Texaco que habían sido usados por empleados de las estaciones de servicio. Para realzar su relación íntima con la audiencia hogareña y su calidad de trabajadores rasos, cantan "somos los felices hombres de Texaco / podremos pertenecer al espectáculo esta noche / mañana vamos a atender sus autos".

[16] *Broadway Open House* alternaba conductores en distintos días de la semana.

[17] Nótese que incluso cuando la audiencia no apareciera explícitamente en pantalla, las risas grabadas se transformaron en una constante de las comedias.

[18] Dado que muchos de los primeros programas de TV se transmitían en vivo, una cantidad de ellos se perdió. No obstante, numerosos programas de las cadenas fueron grabados como "kinescopios" (a ser pasados y enviados a repetidoras en toda la nación) y a pesar de los que desaparecieron, quedan muchos archivados y disponibles en DVD (o en sitios como YouTube). Para este proyecto miré aproximadamente 300 programas con audiencia en el plató que aparece en pantalla.

"Masas

Como numerosos historiadores y teóricos han sugerido, masa no es lo mismo que gente. Las masas son siempre una abstracción de los deseos heterogéneos y de las perspectivas sociales en conflicto de los individuos que las componen. Las masas son una forma que le otorga coherencia a los públicos heterogéneos, pero esa coherencia es más una apariencia que una verdad empírica. Como dijo Raymond Williams (2011: 248), "en realidad no hay masas, sólo formas de ver a la gente como tales".[21] Desde este punto de vista, la historia de las masas es en gran medida una historia de los dispositivos mediáticos a través de los cuales son representadas, ya sean fotografías, radio, cine, televisión o plataformas digitales. El andamiaje para producir, proyectar y transmitir imágenes de las masas afecta nuestra comprensión de cómo los cuerpos se reúnen como colectivos sociales y, de existir, qué eficacia política tienen las masas en un determinado tiempo y espacio.

Reflexionando sobre la lógica de las masas como concepto político en el cine soviético y norteamericano de principios del siglo XX, Susan Buck-Morss nos recuerda que el término "masa" fue echado al ruedo en la era moderna para reemplazar nociones anteriores de muchedumbres y multitudes por una clara nueva noción de público. Mientras que aún era usada por las elites culturales y políticas como un término despectivo –a diferencia de "muchedumbre"–, las masas no eran sólo una formación social ocasional. Por el contrario, en sociedades urbanas industrializadas que atraían a grandes grupos de gente, las masas se transformaron en una presencia permanente en la vida social. Es más, Buck-Morss muestra que el concepto de masas reside y es inclusive constitutivo del mismo momento histórico que la idea de *media* (esto incluye todo lo que va desde megáfonos hasta la radio y, especialmente en su análisis, el cine). Estas "tecnologías mediáticas modernas [eran] indispensables (...) no sólo por su manipulación de las masas, sino por la solidaridad de masas en un sentido positivo" (Buck-Morss, 2002: 134).[22] Mirando filmes de Sergei Eisenstein, sostiene que sus retratos de las multitudes proletarias eran una forma de darle al público una imagen de ellos mismos como un colectivo social con poder. En comparación, dice, la versión que el cine americano brinda de la utopía de la masa reside en su lógica de crisol de razas en que la diversa población inmigratoria del país puede aspirar a asimilarse a la cultura masiva de los EE.UU. (que en su opinión era impuesta a través de su elenco de estrellas y especialmente del nuevo deseo colectivo de las audiencias de aspirar a la imagen de movilidad social y de la blancura americana que las estrellas encarnaban).

---

[19] Aunque su foco principal no sea la representación de las masas o la audiencia en el piso, excelentes historias culturales de la radio estadounidense las incluyen: Bruce Lenthall (2007) y Susan Douglas (1987; 1999).

[20] En francés en el original. [N. de E.]

[21] Williams se explaya sobre la forma en que el término "masa" reemplazó al término "muchedumbre" y es usado en forma despectiva por las elites culturales para denigrar a la gente común y sus gustos y afiliaciones. Ver mi opinión sobre este punto en mi introducción a Raymond Williams (1993). Hay traducción al español en Cuadernos de Rehime N°2 (2012).

[22] Aunque en menor detalle, Buck-Morss también trata la radio soviética.

En la cultura popular de los albores del siglo XX, las masas aparecían además como un tropo puramente visual que subsumía la acción humana disponiéndola en la imagen de la masa como un elemento de diseño formal. Siegfried Kracauer se refirió a esta imagen como "el ornamento de las masas".[23] Por ejemplo *El triunfo de la voluntad* (1935), de Leni Riefenstahl, con sus escenas de multitudes reglamentadas, y Hitler en el Congreso del Partido de 1934 en Nuremberg, presentaba a los ciudadanos nazis como meros diseños (ornamentos vivientes) en los designios políticos de Hitler para controlar Europa (*cf.* Kracauer, 1985). Pero el ornamento de las masas no se limitó a los nazis o a ninguna facción política. De hecho, el ensayo original de 1927 de Kracauer sobre este tema gira en torno a un entretenimiento popular conocido como las Tiller Girls, bellas bailarinas sincronizadas cuyos cuerpos se organizaban en formación lineal produciendo motivos geométricos espectaculares en ferias y celebraciones populares que eran además filmadas para noticieros mostrados en todo el mundo. De forma similar, estos ornamentos femeninos vivientes dieron vida a los números de baile de Busby Berkeley en películas como *Los buscadores de oro de 1933*, con sus arreglos espaciales de bailarinas como elemento del diseño de la puesta en escena. Aunque menos desarrollado en su argumentación, Kracauer también consideró la forma en que la arquitectura del cine organizaba a los espectadores como ornamento de masas: comenzó su ensayo con una observación acerca de cómo aquellas audiencias de cine alrededor del mundo a quienes les complacía el ornamento de masas de los cortos de las Tiller Girls eran a su vez "ordenadas en fila tras fila" en los cines, expresando el mismo patrón de diseño racional abstracto que mostraban las chicas de la pantalla (Kracauer, 2008).

Para Kracauer, el ornamento de masas no era sólo una "distracción" popular de una cultura de masas devaluada. Aun cuando reconocía que era una forma altamente estética y abstracta, argumentaba que se correspondía con la forma en que la gente de la época experimentaba la vida en el mundo industrializado, y especialmente la existencia en las líneas de montaje de las fábricas mecanizadas y las oficinas modernas donde los empleados se transformaban en eslabones abstractos en el sistema de producción capitalista. Sostenía entonces que "el placer estético obtenido de los movimientos de la ornamentación de las masas es *legítimo* dado que pertenece a las configuraciones aisladas del momento que le insuflan forma al material. Las masas que son así dispuestas en ellas son tomadas de oficinas y fábricas" (Kracauer, 2008: 70). En este sentido, Kracauer mostró que aun cuando las masas difieren de las personas reales, su aparición en la cultura popular expresa el sentir y las contradicciones sociales de una época.

---

[23] El ensayo "El ornamento de la masa" fue originalmente publicado en alemán en 1927. Se lo tradujo al inglés en 1975 y también está incluido en Kracauer (2005). Nótese que en un informe no publicado acerca de la propaganda fascista escrito en nombre del Instituto de Investigación Social de Frankfurt en 1936. Kracauer (1975: 62) también consideró la radio como una herramienta del fascismo en Alemania. Escribió "con la ayuda de la radio el living se transforma en un lugar público".

La irrupción de la televisión y sus aplicaciones comerciales en los EE.UU. de posguerra acarreó otras visiones de las masas.[24] Su representación de la audiencia en el estudio es particularmente interesante porque la televisión reunía a públicos con el propósito específico de que *hicieran de público*. En otras palabras, la televisión convirtió a las masas en una *multitud meta-reflexiva*. Formar parte de una audiencia de estudio se volvió una forma de establecer relaciones sociales y de imaginar cómo luciría un público masivo. En vez de personas que se unían en el aula, el trabajo o en la actividad política, en la cultura estadounidense de la posguerra las masas eran crecientemente mostradas como gente que se juntaba con el solo propósito de ser una audiencia para la televisión.

Invitados en casa

La carga política de la caracterización que hizo la TV de las audiencias en el estudio se vuelve más clara cuando consideramos que no eran congregaciones espontáneas de mucha gente. Más bien, al igual que el concepto de masas en general, las audiencias de estudio eran ficciones específicamente orquestadas.

Mientras que los productores en general pensaban que las audiencias en el estudio acercaban los programas a los espectadores, en los primeros años de la transmisión comercial ejecutivos de la industria y funcionarios gubernamentales mostraron una seria preocupación por el tipo de gente exhibida en pantalla. Como J. R. Poppele (1948: 28), presidente de la Asociación de Teledifusores, advirtió a sus colegas: "El teatro logró licencias que se remontan a la Edad media y lo que se ve y escucha allí sería difícil de compatibilizar con un medio que llega al hogar común estadounidense, donde los parámetros de decencia y pureza están lejos de extinguirse". En coincidencia, un columnista de *Variety* escribió que "El público de estudio es una mezcolanza de gente que sale de juerga, pero la audiencia hogareña es una familia que pasa una velada tranquila junto a la chimenea jugueteando con el dial buscando entretenerse... Somos sus invitados y ni por asomo nos pidieron que trajéramos un conglomerado de gente del estudio a interrumpirlos" (Hayes, 1951: 104). Como los invitados a una casa, las audiencias en el estudio debían aparecer como correctos miembros de una familia. La vulgaridad, el alboroto y la gente desaliñada debían evitarse a toda costa.

---

[24] Es interesante notar que el período de posguerra dio un gran número de historias intelectuales y teorías de las multitudes y masas, incluyendo *The Lonely Crowd* de Riesman (1950 [*La muchedumbre solitaria*, 1968]); *The Crowd in the French Revolution* de George Rudé (1959 [*La Revolución francesa*, 1989]); la disquisición de Raymond Williams sobre las multitudes y muchedumbres en *Culture and Society* (1958 [*Cultura y sociedad*, 2011]); y la publicación de Elías Canetti *Crowds and Power* (1960 [*Masa y poder*, 1983]). Aunque había mucho interés intelectual previo en las multitudes y muchedumbres, este brote internacional particular de pensar en las masas parece merecedor de ser considerado como su propia constelación histórica.

Es más, la caracterización de la audiencia del estudio no se basaba solamente en los parámetros morales de las elites culturales, sino que además se vinculaba con la lógica económica de la TV comercial. En los años 50 los anunciantes de TV pensaban que la familia blanca de clase media era el receptor ideal para sus productos, y los productores televisivos ansiaban hacer programas que apuntaran a esa audiencia que los anunciantes más querían.[25] Y dado que los anunciantes consideraban que las amas de casa llevaban la voz cantante en las compras familiares y los programas que se miraban en la casa, querían asegurarse especialmente que dichas emisiones fueran atractivas para las mujeres. Entonces, en las cabezas de anunciantes y productores, los públicos en pantalla debían idealmente ser compatibles con las audiencias familiares de clase media blanca que ellos ponían en la mira como sus consumidores.

Los productores de programas seleccionaban cuidadosamente a sus públicos de estudio y les indicaban de antemano cómo comportarse. Dada la feroz competencia por las entradas gratuitas, los shows de preguntas y respuestas y aquellos con paneles de invitados, tenían a menudo larguísimas listas de espera de miles de nombres, por lo cual los productores se podían permitir ser selectivos. El *New York Times* consignaba que "un programa que se hace en un auditorio con mil o más localidades tiene una lista de espera de nueve meses, y algunos con infraestructura más limitada ni siquiera ofrecen esta vaga esperanza". De acuerdo con el *Times*, la NBC y la CBS recibían mil quinientos pedidos de ubicaciones al día con picos de un 25% o más (...) cuando gente de afuera comenzaba a planear sus vacaciones veraniegas" (Cotler, 1954). Muchos shows preseleccionaban gente con antelación por correo y/o entrevistas telefónicas, y a menudo los productores les pedían que enviaran sus antecedentes. Al describir las normas óptimas para producir un programa con formato participativo con el público (en el cual miembros de la audiencia interactuaban con el conductor), un manual de 1955 le decía a los productores televisivos que "interroguen lo más posible a todos los invitados de la audiencia antes de que se acerquen al micrófono... Consideren la apariencia, su fluidez al hablar, prestancia, sentido del humor, personalidad y actitud". Y les advertía evitar aquellos con "bajo coeficiente", "chiflados" o "alterados mentales" (O'Meara, 1955: 195).[26] Una vez seleccionados, maestros de ceremonia indicaban a la audiencia cómo comportarse durante la emisión y carteles luminosos de aplausos daban el pie adicional de cuándo correspondía hacer ruido.

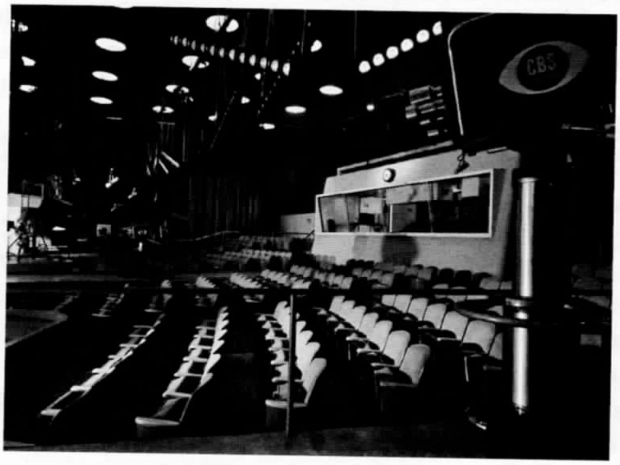
En términos estéticos, la composición visual de la audiencia de estudio era en muchos sentidos coherente con el concepto de Kracauer de "ornamento de las masas".

---

25. Es interesante hacer notar que a fines de los años 40 y durante los 50 los auspiciantes a menudo producían los programas.

26. En la década del 80, para mi tesis de posgrado sobre los programas de juegos, hice trabajo de campo participando en numerosos programas con audiencia en el estudio y en grupos de estudios de mercado en Television City y los Burbank Studios de NBC. También participé de la selección de concursantes en las instalaciones de Hollywood de Goodman Thompson (un productor mayúsculo de programas de competencias). Las prácticas eran muy similares a las descriptas de los años 50 y 60, aunque la selección enfatizaba la necesidad de conseguir hombres de familia entusiasmados que dijeran que esperaban ganar premios para sus mujeres.

Coincidentemente con su afirmación de que el cine había ordenado a los espectadores "fila tras fila" para lucir como un elemento de diseño del espacio arquitectónico, la audiencia en los estudios televisivos era a menudo mostrada en la misma forma. Habitualmente las cámaras focalizaban o hacían un paneo de los estudios presentando un mar de gente alineada conforme a hileras, todos luciendo bastante parecidos. Para crear estas visiones de las masas, las cadenas transformaron teatros en estudios de TV al, por ejemplo, construir pasarelas para las cámaras que se extendían hasta el espacio ocupado por la audiencia. En el balcón del teatro Ziegfeld de Broadway se instaló un soporte de cámaras suspendido que permitía tomar a la audiencia desde arriba –precisamente la vista aérea que Kracauer (2008: 69) describió como central para abstraer los cuerpos humanos en un ornamento de las masas.[27] Cuando la CBS construyó la Television City en Hollywood a comienzos de los años 50 –el primer emprendimiento de una cadena concebido especialmente para la TV–, el enorme complejo de transmisión incluía dos estudios que albergaban una audiencia de 350 ubicaciones, "El mayor número posible permitiendo brindar a las audiencias hogareñas una visión clara de las producciones en el escenario" (Pereira y Luckman, 1953: 21).[28] Numerosas fotografías arquitectónicas y diagramas de los interiores del estudio de la CBS mostraban la distribución de butacas como una multitud de filas vacías iluminadas desde arriba; había micrófonos y cámaras estratégicamente ubicados para tomar a la gente que luego ocuparía los asientos, como si fuera un elemento más de la utilería (que de hecho lo era en varios sentidos). En otras palabras, el concepto de audiencia como ornamento de las masas pasó a formar parte de la arquitectura misma del espacio del estudio.



CBS Television City, 1953. Reproducida con permiso de Esto (Archive of Images of Architecture and Built Environment).

---

[27] "NBC's $5,000,000 New Tint Studio Bows This Month", en *Variety*, 5 de setiembre de 1956, p. 25.

[28] Para ampliar sobre la arquitectura de los estudios televisivos y su relación con la audiencia en el piso, ver Spigel (2009: capítulo 3).

Caras en la multitud

Dentro de este mar de uniformidad, la televisión brindaba no obstante un sentido de la diversidad estadounidense. Aun cuando las audiencias de estudio eran mostradas típicamente como reglamentadas filas de gente muy parecida, las cámaras habitualmente también se acercaban a caras de la multitud y los presentadores elegían algún tipo de persona, sugiriendo con esto que sus programas representaban un microcosmos de la ciudadanía norteamericana. Los animadores a menudo hablaban (o llamaban al escenario) a individuos de la audiencia como plomeros, doctores, docentes, oriundos del medio oeste, sureños, gente de países lejanos, jóvenes y viejos. La gente conversaba sobre cualquier tipo de trabajos abarcando tareas domésticas, ingeniería química o ganadería.

Los productores difundían especialmente la idea de que su audiencia provenía de diversas regiones del país, y muchos programas con audiencia en vivo capitalizaban el negocio turístico atraído por la televisión en vivo. Distintos guarismos en el *New York Times* sugerían que quienes provenían de afuera de la ciudad se ubicarían entre el 25 y el 75% de los puestos, mientras que los estudios de las cadenas de Hollywood pedían específicamente turistas (Cotler, 1954; Bracker, 1953).[29] En los shows con audiencia participativa, a menudo el animador le pedía a la gente que indicara su lugar de origen. Por ejemplo, el programa de preguntas y respuestas de la NBC *Puede ser usted* (1956-1961) abría con las cámaras haciendo un paneo abierto sobre toda la audiencia para luego apuntar directamente (con rápidos zooms) a los rostros de la multitud. Mientras las cámaras hacían zoom, un anunciador fuera de pantalla decía sus nombres y lugares de residencia. Por ejemplo, en un episodio de 1958, el anunciador dice "Puede ser usted, señora Dan Brange de Fort Bridge, Wyoming. Puede ser usted, señor Nolan Kottle de Utah". Luego, dirigiéndose a la audiencia hogareña exclama entusiasta "O donde quiera que viva en los Estados Unidos, ¡puede ser usted!". La idea de que el estudio representaba un muestrario geográfico diverso de los ciudadanos estadounidenses fue clave para el establecimiento de las cadenas nacionales de televisión, que debían atraer a regiones muy diferentes del país. La televisión se dirigía preferentemente a esta población diversa en un lenguaje que hablaba la lógica "*E Pluribus Unum*" de la democracia estadounidense en acción.

En este sentido, el público de estudio era coherente con el *ethos* del crisol de razas de EE.UU. Pero mientras películas o audiciones radiales de las primeras décadas del siglo XX habían contado a menudo historias de inmigrantes europeos asimilándose a la cultura de masas del país y, mientras que filmes de la Depresión como *Buscadores de*

---

[29] Los estudios de TV eran a menudo atracciones turísticas en sí mismas o estaban construidas junto a una de ellas y con los años a menudo pedían turistas como audiencia para sus shows en vivo o grabados. La CBS Television City estaba al lado de The Farmers Market, una de las mayores atracciones turísticas de Los Angeles en aquel entonces. La NBC, ubicada cerca en Burbank, le ofrecía a los turistas visitas de sus instalaciones (e incluso de sus programas de TV con audiencia en el piso). Los estudios Rockefeller Center de la NBC en Nueva York también se podían visitar.

oro de 1933 de Mervin LeRoy o *Los viajes de Sullivan* de Preston Sturges (1941) contaron historias de movilidad social y romances entre distintas clases sociales (al tiempo que creaban un *pathos* colectivo para vagabundos, dependientes de la asistencia social, o el "hombre olvidado" de *Buscadores de oro*), en los años 50 la imagen de la asimilación masiva había cambiado. En dicha década, el deseo colectivo de las masas era típicamente ilustrado a través de ideales de una sociedad sin clases donde todos, sin importar ingreso, educación, raza, etnia o herencia, aspiraban (¡y normalmente ya habían alcanzado!) el estilo de vida del consumismo de posguerra de la clase media blanca. Por supuesto que de hecho no todos los estadounidenses gozaban de estos privilegios; el período de posguerra aún estaba plagado de segregación habitacional, de transporte, de educación y otros servicios sociales. Pero la fantasía de eliminar la diferencia de clases a través del consumo (a menudo a través del crédito financiado) era omnipresente en la cultura de la posguerra en filmes, revistas, moda, ofertas especiales de objetos de diseño exclusivo, y especialmente en los programas y comerciales de TV.

Aunque resulta difícil evaluar sus verdaderas filiaciones de clase, los integrantes de la audiencia en estudio generalmente se comportaban de una forma que sugería que entendían que participar en un show de TV era un evento decididamente orientado a la familia de clase media. En otras palabras, habían asimilado la noción de los productores de comportarse como "invitados a la casa". Los paneos de la audiencia a menudo mostraban principalmente a blancos luciendo sus mejores atuendos: trajes, corbatas y habitualmente sombrero en los varones; trajecitos o vestidos a medida, guantes blancos, tocados e incluso arreglos florales en las mujeres. Una panelista describió su participación en un popular programa diurno de televisión contando que ella y su madre se arreglaron "de punta en blanco, con sombreros, guantes y trajecitos porque sabían que iban a aparecer en televisión" (cit. por Ganas, 1996).

It Could Be You, ca. 1958.

Normalmente, las caras usuales en la multitud eran mujeres. De acuerdo al *New York Times*, "Rara vez una audiencia se compone de menos del 60% de mujeres y la cifra se acerca a veces al 100%. Las edades varían desde bebés en brazos hasta sus bisabuelas, siendo el promedio un poco por encima del público que va al cine" (Cotler, 1954). Este era por lo general el caso, especialmente en programas diurnos en los cuales la audiencia en su casa y/o en el estudio participaba en juegos, sesiones de belleza o incluso bodas en pantalla.[30] Los conductores a menudo se referían a las mujeres como "amas de casa" y las entrevistaban sobre temas cotidianos como qué les gustaba preparar para la cena. Si bien es verdad que algunos programas diurnos con participación de audiencia (conocidos como "misery shows") mostraban mujeres con carencias entre el público, éstos tenían una parábola de Cenicienta en el cual los necesitados aspiraban siempre a un estatus de clase media (y los programas frecuentemente llenaban a las participantes con premios como lavaplatos o tapados de piel). En otras palabras, aunque hubiera pobres presentes, se los mostraba como gente que anhelaba alcanzar el estilo de vida consumista del ama de casa de capas medias.[31]

Algunos de los programas con audiencia en el estudio incluían simulaciones de ciudadanía democrática en acción. Por ejemplo, el popular misery show *Queen for a day* (NBC y ABC, 1956-1964) mostraba mujeres narrando sus desesperantes conflictos al presentador Jack Bailey, quien le pedía al público que votara cuál tenía la peor vida (entonces se la coronaba "reina por un día" y se le otorgaban generosos premios). La votación se realizaba con un gráfico sobreimpreso en pantalla que medía la intensidad del aplauso de la audiencia en el estudio, determinando la ganadora. *Arthur Godfrey's Talent Scouts* (CBS, 1948-1958) usaba también un medidor de aplauso para votar a los ganadores en este concurso de talento de aficionados. Otros shows simulaban la ciudadanía estadounidense a través del género "courtroom drama". *They stand acused* (CBS y cadena DuMont, 1949-1954) era una simulación no guionada de un juicio con magistrados y abogados reales, y una audiencia en vivo que oficiaba como el "jurado" del caso y decidía su veredicto. En éste y otros programas se borroneaban las líneas entre la audiencia y el público ciudadano, al grado que formar parte de la audiencia de la televisión comercial se reconfiguró como un acto democrático. Estas votaciones y reconstrucciones de juicios le mostraban a la gente que ser audiencia televisiva de masas no era simplemente una forma de matar el día, sino una manera de contemplar los procesos democráticos en acción. En este sentido, estos programas canalizaban lo que la historiadora Lizabeth Cohen (2003) llama la ideología de posguerra de "ciudadanía de consumo", en la cual se pregonaba que ser un buen ciudadano consistía en mantener girando las ruedas del comercio para el bien de la nación.

---

[30] Por ejemplo, *Bride and Groom* (CBS y NBC, 1951-1954) tenía bodas en pantalla; *Glamour Girl* (NBC, 1953-1954) premiaba a los afortunados de la audiencia en el piso con sesiones de belleza; *The Price is Right* (versión original, 1956-1963, NBC) le pedía al público presente que dedujera el precio correcto de los premios; *Stand Up and Be Heard* (1956-1957, CBS) seleccionaba televidentes para que fueran al show a relatar sus historias desafortunadas al público presente. Luego, miembros de ese público subían al escenario para aconsejar al participante (la audiencia hogareña también mandaba cartas con consejos). Para más detalles sobre este formato, ver Cassidy (1988) y Ouelette y Murray (2009).

[31] La historiadora de la televisión Marsha Cassidy llega incluso a afirmar que la participación de la audiencia en shows diurnos le brindó a las mujeres de posguerra un nuevo tipo de "sitio subalterno de disfrute femenino" que ofrecía "un lugar público alternativo" para las mujeres (Cassidy, 1988). Pero desde mi punto de vista estas congregaciones altamente reguladas y orquestadas no pueden realmente ser consideradas igual que espacios públicos "alternativos" o "subalternos". Es más (e incluso Cassidy lo reconoce), a pesar de estas imágenes de participación femenina en la multitud, en realidad los programas de televisión (y de hecho la forma íntegra en que la televisión se construyó como aparato social) reforzaron típicamente la idea de que las mujeres tenían que quedarse en la casa solas viendo TV. Por eso parece más apropiado decir que estas audiencias tempranas de estudio televisivo proveían un espacio público *ilusorio*, un sentido simulado de la comunidad que podrá haber sido una fantasía poderosa para los televidentes, pero que servía más para promover el sueño de una sociedad sin clases de ciudadanos consumidores que lazos sociales reales entre mujeres.

Queen For a Day, ca. 1958.

Es más, las cadenas a menudo se publicitaban afirmando representar ideales patrióticos y los diversos intereses de la ciudadanía. Por ejemplo, en un institucional de 1947 titulado "Detrás de su dial", la cadena NBC se jactaba de que sus estaciones de radio y TV congregaban específicamente audiencias, no para espectáculos de mero entretenimiento, sino también para las más elevadas metas democráticas de unir a poblaciones diversas a través de las ondas de transmisión. El narrador proclamaba:

> La libertad de cada estadounidense de prender su radio y escuchar sin restricciones lo que se le antoja cuando se le antoja y no deberle nada a nadie por lo que oye fue garantizada por la Constitución más de cien años antes de que se estableciera la primera transmisión. La libertad del espacio de transmisión de EE.UU. es irrevocable. Para extender esta libertad estadounidense hacia nuevas ondas inexploradas, la NBC estableció en 1941 la primera estación comercial

del país e inmediatamente comenzó a expandirla en una cadena. Agregando imágenes al sonido, abrió una ventana electrónica levantando la cortina mágica e invitándolo al mejor asiento de la primera fila: su propio sillón.

Behind Your Radio Dial, 1947.

Las imágenes que acompañaban esta narración mostraban a conductores de la radio y la TV blancos y negros, y público común escuchando o mirando en casa (una mujer bordando; un afroamericano escuchando su radio; un anciano blanco riendo; una joven sintonizando el dial; y una pareja de edad mediana mirando su nuevo aparato de TV). El mismo aviso mostraba a encuestadores de mercado de la NBC entrevistando a audiencias de estudio radiales para ver cuáles eran sus programas preferidos. Es decir, mostraba que la audiencia es un microcosmos de y un modelo para la audiencia hogareña, y la NBC se enorgullecía de que, a través de un escudriñamiento concienzudo del gusto público, la cadena proveía no sólo buen entretenimiento, sino un servicio público para la nación.[32]

Sin embargo, pese a la retórica publicitaria de la industria, las imágenes de la audiencia de estudio eran también un registro audiovisual de las exclusiones inherentes en este soñado crisol de razas de las masas. En un momento en que los negros eran aún sistemáticamente excluidos de muchos espacios de entretenimiento para blancos, las caras en la multitud eran a menudo casi exclusivamente blancas. El carácter racial homogéneo de la audiencia en el estudio era en parte causado porque muchos eran turistas viajando audiencia real y audiencia ilustrada en la pantalla

---

[32] Nótese que la retórica de la NBC del "interés público" y la democracia era común a todas las cadenas y repetidoras, dado que estos ideales estaban insertos en las políticas regulatorias gubernamentales de radio y televisión de la Comisión Federal de Comunicaciones (FCC). Si bien la FCC no regulaba los contenidos, establecía que los radiodifusores operaran de acuerdo al "interés público" de sus mercados y distribuía las licencias a las emisoras con la condición de que cumplieran con este mandato. Su cumplimiento sin embargo nunca fue demasiado estricto, por lo cual el interés público ha funcionado históricamente más como un ideal retórico que como una práctica concreta.

a Nueva York y Hollywood. En el ambiente racista "separados pero iguales" de los años 50, a los negros se les dificultaba viajar en transporte segregado o encontrar plazas en hoteles de esas características. En este sentido, aun cuando las cadenas y los auspiciantes no restringían su audiencia solamente a blancos, la audiencia ilustrada en la pantalla se parecía mucho al tipo de espectadores a quienes estaban dirigidos sus productos de consumo, la familia blanca de clase media.

No obstante, para esa época muchos afroamericanos pensaban que la televisión podría ofrecer oportunidades favorables. En artículos con títulos como "Televisión nuestra nueva esperanza", la prensa afroamericana a menudo hablaba de las perspectivas del medio, tanto para el talento creativo negro como para los trabajos técnicos de bambalinas (Adams, 1939: 11).[33] Aunque es raro hallar mediciones de audiencia que incluyeran televidentes negros, las pocas encuestas que lo hacían deducían que los afroamericanos pensaban que la TV aliviaría la segregación que experimentaban en las multitudes verdaderas. Por ejemplo, en un estudio de televidentes de 1951 un negro explicaba que la televisión "nos permite ver cosas sin condicionamientos cuando comúnmente tendríamos que verlas segregados, en los peores asientos y con la peor perspectiva. Con la televisión estamos al mismo nivel que el resto" (cit. por Bogart, 1956: 98).[34] Desafortunadamente, a pesar de su deseo de usar la TV como un antídoto para el racismo, su aparato receptor terminaría replicando mucha de la xenofobia del mundo real del que esperaba escapar.

En verdad, la televisión siempre estuvo condicionada por el racismo. Los primeros programas de variedades de las cadenas incluían actuaciones de cantantes y músicos afroamericanos y latinoamericanos, pero muy pocos tenían negros en roles dramáticos o en su elenco estable.[35] Algunos shows con participación de la audiencia como *Queen for a day* ocasionalmente incluían afroamericanos como participantes, y un puñado de programas de variedades "exclusivamente negros" (mayormente de transmisión local) incluían imágenes de población negra en pantalla. Por ejemplo, *Harlem House*, un programa de competencias brevemente emitido por la estación WABD de Nueva York en 1948, incluía la participación de afroamericanos en la audiencia.[36] Pero en su abrumadora mayoría, la gente común en las multitudes de los programas de las cadenas eran blancos. En este sentido, la audiencia de estudio en televisión reproducía la extendida segregación racial de asientos en teatros, estadios, patios de comidas y autobuses. En los años 20 y hasta los años 50, los blancos podían ir asiduamente a ver números afroamericanos en lugares como el legendario Cotton Club de Harlem (donde Duke Ellington encabezaba el cartel), pero esos mismos clubes eran históricamente recintos exclusivos de blancos que frecuentemente le prohibían la entrada a los negros. En consonancia, la audiencia blanca podía disfrutar contemplando el talento negro de Harry Belafonte o Duke Ellington en un show televisivo, pero la audiencia en dicho estudio era virtualmente toda blanca.

---

[33] Desde fines de la década del 30 y crecientemente en los años 50, los periódicos y revistas negros como *New York Amsterdam News*, el *Defender* de Chicago, el *Sentinel* de Los Angeles, y la revista *Ebony* incluían anuncios, artículos y críticas de televisión.

[34] Para una conclusión similar sobre audiencias negras, ver Riesman (1954: 23).

[35] Para historias de afroamericanos en la televisión de los EE.UU. en los años 1950-1960, ver Bogle (2001); McDonalds (1992) y Ely (2001).

[36] WABD era propiedad de y operado por la efímera cadena DuMont. Para una descripción breve del programa, ver "Radio and Television", en *New York Times*, 16 de mayo de 1949, p. 38. En 1948 la cadena CBS tuvo un igualmente efímero programa "totalmente negro" desde una estación de Nueva York local de su propiedad. Dado que esos programas eran transmisiones en vivo, generalmente no archivados, no tengo un registro visual de ellos, lo que torna imposible decir si toda la audiencia en el estudio era negra o no (o incluso si siquiera aparecían en pantalla).

En todas estas formas, la temprana televisión ayudó a establecer una nueva retórica para las masas en la cultura estadounidense de mediados del siglo pasado. Antes que una muchedumbre antagonista, una multitud humana, o los hombres superados de las metrópolis modernas de Simmel, las masas eran mostradas en la televisión como públicos predominantemente blancos de familia de clase media, amables, aunados por su aspiración colectiva de ser una audiencia para la TV. La audiencia de estudio representaba un nuevo tipo de masa que ya no se definía por una misma clase, ocupación o intereses políticos, sino más bien por el común interés de mirar televisión. Ésta es quizás la situación reconocida por Guy Debord (1970), cuando afirmó que a mediados del siglo XX el espectáculo se había tornado no sólo en un modo de construir imágenes o representar a las masas, sino en un vínculo social basado en actos colectivos de contemplación como espectadores.

Aunque la televisión ayudó a formar una sociedad del espectáculo, esto no significa que funcionara desalojando completamente otras formas de imaginar el colectivo social. Para ser claros, la audiencia de estudio no era el único registro de las masas en TV. En cambio, éstas figuraban junto a noticias e imágenes documentales de multitudes. En las décadas de 1950 y 1960, estas imágenes de noticieros retrataban marchas masivas en levantamientos por los derechos civiles (a menudo con gendarmes apaleando afroamericanos); rebeliones juveniles universitarias contra la guerra de Vietnam en los años 60 (nuevamente con gendarmes apaleando a manifestantes); y revoluciones sexuales (como la imagen famosa de Gloria Steinem con carne pegada a su cuerpo marchando con un grupo de mujeres en el concurso Miss Estados Unidos 1968). Estas nuevas imágenes de las masas dialogaban con una historia mucho más larga de representaciones, en las cuales eran descriptas como turbas enojadas incontrolables, es decir, como la contratara negativa de las amables audiencias de estudio de la TV de entretenimiento cotidiano.[37] Las noticias (a menudo sensacionalistas) de las multitudes daban una imagen muy diferente de lo que significaba ser un público masivo, y sólo podemos especular sobre cómo los televidentes de mitad del siglo pasado podrían haber interpretado esas representaciones en conflicto del cuerpo social. Quizá las escenas televisivas cuidadosamente controladas de familias de clase media servían como una tranquilizadora fantasía de homogeneidad social para aquellos que querían que el mundo siguiera igual (aun cuando los años 50 y 60 en efecto fueron tiempos de serias turbulencias sociales y cambio). O tal vez esto era sólo la visión que auspiciantes y productores tenían de lo que quería su *target* de

Uñbe
y
los es-
tudian-
tes

---

[37] La imagen peyorativa de las masas como muchedumbre es tratada por ejemplo en Williams (2011) y Huyssen (2002).

Los consejos comunales

consumidores de clase media. En cualquier caso, las imágenes de masas siempre son representaciones politizadas que brindan una apariencia a extendidas creencias sobre qué es "la gente" y qué significa el congregarse como público.

¿De la audiencia de estudio a la revolución 2.0?

A modo de conclusión, quiero extraer algunas de las consecuencias políticas más contemporáneas de la representación televisiva de las masas como audiencia. Hoy, la puesta en escena de la audiencia en el estudio sigue siendo clave para la TV de entretenimiento, aun cuando las características de la audiencia han cambiado. Programas contemporáneos como *El show de Oprah Winfrey* o *American Idol* mantienen el cortés decoro de la audiencia de clase media, aunque la gente exhibida es, sin duda, más diversa desde el punto de vista racial de lo que era en los años 50. También, en las décadas del 80 y 90, talk-shows sensacionalistas como *The Jerry Springer Show* (que comenzó en 1991 y aún hoy sigue al aire) comenzaron a incluir una versión marcadamente grosera de audiencias rebeldes. Aun así, estas audiencias rebeldes eran (como las educadas de los años 50) cuidadosamente seleccionadas por los productores televisivos por su valor como espectáculo. Algunos de los miembros más escandalosos de la audiencia fueron implantados entre el público para crear específicamente el tipo de conflictos dramáticos y tumultos fuera de control que los productores esperaban montar. En otras palabras, estas masas descontroladas son también ficciones altamente orquestadas.[38]

Pero para mis fines, es más importante señalar aquí que, en la cultura estadounidense contemporánea, el armado de la audiencia en el estudio es clave no sólo para la TV de entretenimiento, sino también para el modo en que los políticos del país crean su atractivo masivo y sus electorados. Es bien sabido, por ejemplo, que en la presidencia de George W. Bush se seleccionaba con asiduidad personas para conformar la audiencia cuando el jefe de Estado brindaba sus discursos televisados y su administración prohibía abiertamente la presencia en pantalla durante la alocución a cualquiera que tuviera visiones contrarias. En otras palabras, Bush se basaba en convenciones reales y probadas de la TV para representar a las masas como "invitados en la casas", grupos afables y de buena conducta, audiencias gentiles antes que ciudadanos con puntos de vista divergentes.

De la misma manera, en sus fiestas de toma del poder, tanto el presidente Clinton como el presidente Obama crearon elaborados espectáculos televisivos en los cuales la audiencia en pantalla era clave para proyectar la condición del jefe de Estado como un "hombre del pueblo". El presidente Clinton fue el primero que transmitió su acto de asunción en televisión por cable, donde él y su familia aparecían como audiencia de un enorme show televisivo de variedades que el Partido Demócrata había montado en la cadena paga Home Box Office (HBO). Clinton se presentaba como un hombre del pueblo al mostrarse como parte de una audiencia que ve desarrollarse el espectáculo de su asunción. Una lista de celebridades racialmente diversa incluyendo a Oprah Winfrey, Tony Bennett, Aretha Franklin, Whoopi Goldberg, Rubén Blades, Kenny Rogers, James Olmos, Stevie Wonder y muchos otros actuaron en el exterior del Lincoln Memorial en Washington. La retórica de las tomas del programa iba y venía entre las actuaciones estelares e imágenes de Bill, Hillary y Chelsea Clinton, al igual que el vicepresidente Al Gore y su familia, todos sentados entre una gran multitud. La cámara se posa en las caras embelesadas de los Clinton sonriendo ampliamente y aplaudiendo. El programa incluyó presentaciones espectaculares como la de Diana Ross vestida de rojo, blanco y azul cantando "God bless America", mientras que el gran final fue con el invitado sorpresa Michael Jackson lanzando una versión de "We are the world" con todas las demás luminarias. En medio de la canción, Diana Ross llama a los Clinton y los Gore al escenario, donde las familias presidenciales cantan el tema con los artistas mientras la cámara se aleja en una toma aérea mostrando el amplio mar de gente que presenciaba el evento.

---

[38] Para más información sobre la TV sensacionalista de EE.UU. y las audiencias rebeldes, ver Glynn (2000); Shattuck (1997) y Grindstaff (2001).

Acto de asunción del Presidente Clinton por HBO, 1992. El original en color está en http://www.rehime.com.ar/libromasas.php.

En este llamativo ejemplo de política espectacular, el espectáculo se invierte. En vez de situarlo a él como la estrella de una ceremonia nacional, en el ejemplo de Clinton el escenario de la política es reversible, entonces el espectáculo viene de todos lados, él es tanto la audiencia (parte de la multitud común) como el presidente celebridad. "We are the world" es el mantra para esta nueva clase de representación social de las masas como audiencia. El mundo entero está efectivamente mirando. Pero, por supuesto, eso no es estrictamente verdad. La ironía es que Clinton usó la televisión por cable en su celebración nacional, no para todos los estadounidenses sino para aquellos que podían pagar una suscripción mensual a HBO (y esos abonados eran generalmente del mismo estrato social que los acomodados *baby boomers*, quienes representaban el mayor sustento de la campaña de Clinton). Entonces, irónicamente, para los años 90 las masas eran redefinidas como el nicho de público de la televisión por cable de *narrowcasting*, y la representación del presidente como audiencia de su propio espectáculo era ahora parte de la lógica de los medios.

Si el ejemplo de Clinton muestra cómo la audiencia masiva se ha transformado en un modo de ciudadanía del espectáculo, hoy, en la cultura de la convergencia de Internet, la audiencia televisiva está también siendo movilizada para la acción política. En el mundo simulado de la política estadounidense, los conductores de *talk shows* se volvieron no sólo grandes estrellas de la TV, sino además políticos hechos y derechos con enormes masas de seguidores. En septiembre de 2010, Glen Beck (un conductor de *talk show* de derecha con afición a castigar al presidente Obama) organizó un gran acto político movilizando a su audiencia de Fox TV a reunirse en Washington para una protesta derechista contra el presidente. En respuesta, el comediante y conductor de *talk show* de izquierda Jon Stewart organizó un encuentro en Washington de su audiencia televisiva nocturna. Es importante señalar que no sólo esta gente se encontró en Washington, sino que ambas movilizaciones se transformaron en un enorme evento mediático que se publicitó en TV y en Internet para que la imagen de la audiencia televisiva se transportara ahora a las calles y se confundiera enteramente con la idea del público como formación política. De hecho, el rol social de ser una audiencia, tan central para la televisión desde los años 50, está ahora volviéndose clave para la forma en que la gente imagina la acción colectiva.

Como estos casos demuestran también, las nuevas formas digitales de conectar grupos y sus *flash mobs*[39] por redes sociales como Twitter o Facebook (quienes a menudo trabajan en conjunción con la TV) están cambiando actualmente las formas en que irrumpen las masas. La reciente revolución en Egipto demuestra con audacia las formas en las que las multitudes se reúnen como públicos politizados a través de los nuevos canales de transmisión mediática y representación. Al llamar a los eventos en Egipto "revolución 2.0", su líder juvenil Wael Ghonim (¡un ejecutivo de Google durante el día!) explícitamente la visualizó como una revolución mediática. En una entrevista en el programa semanal de noticias de CBS *60 minutos* de febrero de 2011, Wael Ghonim dijo: "Sin Facebook, sin Twitter, sin YouTube, esto nunca hubiera pasado". Al ser interrogado acerca de cómo la censura de Internet del presidente Mubarak en Egipto había ayudado a los ciudadanos a salir a las calles, Ghonim agregó: "Bloquea toda Internet y vas a molestar mucho a la gente. Bloquear Facebook fue uno de los errores estratégicos de este régimen. Es una de las razones por las que ya no están en el poder". En CNN agregó:

> Un día quiero conocer a Mark Zuckerberg y agradecerle (...) hablo en nombre de Egipto (...) Esta revolución se inició *online*. Esta revolución se inició en Facebook. Esta revolución se inició en junio de 2010 cuando cientos de miles de egipcios comenzaron a subir contenidos. Publicábamos un video en Facebook y

---

[39] *Flash mobs*, irrupciones coreografiadas donde los participantes sorprenden al resto del público, representando su rutina por ejemplo en centros de compras. [N. de T.].

> en pocas horas era compartido por sesenta mil personas en sus muros. Siempre dije que si querés liberar una sociedad, sólo dale Internet.[40]

60 Minutes. Los originales en color están en http://www.rehime.com.ar/libromasas.php

Ghonim también reconoció que los medios televisivos tradicionales de noticias cumplieron un rol central diseminando el mensaje de la Revolución 2.0 en la arena mundial. En un twit al periodista de CNN Wolf Blitzer, Wael Ghonim escribió: "No vamos a olvidarlos. Los medios internacionales salvaron vidas. Ustedes también son héroes".

Por supuesto que las revoluciones sociales no son causadas por las revoluciones mediáticas solamente. En realidad, como el propio Ghonim admite, el agente de cambio usando esos medios fue el pueblo. Pero prueba que los nuevos medios dan forma a innovadoras maneras de imaginar quiénes son las masas y cuál puede ser su eficacia política y social. Como George Rudé (1978) afirmó sobre la Revolución francesa, las masas revolucionarias se basan en la transmisión de ideas por los medios, ya sean estos antiguos como las gacetas, los panfletos (y el boca a boca) entre los que Rudé trata, o contemporáneos como la televisión y las plataformas digitales.

En este sentido, la representación televisiva histórica de la masas como audiencias tiene consecuencias duraderas sobre cómo imaginamos la acción política hoy. A pesar de los intentos de la televisión temprana de controlar las representaciones de su audiencia de estudio y de asegurar la cortés respetabilidad de los "invitados en la casa", las audiencias –como toda formación social– siguen siendo impredecibles y sujetas a cambios históricos. Seguramente las masas de la primera televisión no eran una muestra cabal del público estadounidense en su conjunto; eran más bien ficciones altamente controladas para atraer al público que los anunciantes más deseaban. Pero ya fueran simuladas o virtuales, las multitudes mostradas en los estudios de mediados del siglo pasado no eran simplemente falsas: expresaban en cambio un tipo de "realismo profundo" que proveía un sentido de lo que significaba ser una clase de individuo dentro de la sociedad mediática en expansión de la cultura de los EE.UU.[41] Hoy, la imagen amable de las masas de clase media subsiste en programas de TV como *American Idol*, pero también otras imágenes de las masas (como las manifestaciones por derechos en los 60 o las *flash mobs* de hoy) han competido históricamente por la atención del público. Finalmente, las masas invisibles de la foto de Paul Strand nunca desaparecieron realmente con la televisión. Por el contrario, como sugiere la Revolución 2.0, las masas continúan persiguiendo un sueño de colectivo social que puede siempre volver a emerger en nuevas (y no necesariamente utópicas) formas.

---

[40] Wael Ghonim, citado en *The Huffington Post* del 13 de abril de 2011, disponible online en: <www.huffingtonpost.com>. Consultado el 1° de junio de 2011.

[41] Estoy tomando prestado el término "realismo profundo" de Bajtin (1987), quien escribió sobre formas festivas populares que no "reflejaban el aspecto naturalista, pasajero, vacío y disgregado de la realidad sino el proceso particular de constituirse, su significado y dirección" (Bajtin, 1987: 190).

Bibliografía

Adams, Julie (1939): "Television Our New Hope: Industry to Be Boon To Sluggish Business", en *New York Amsterdam News*, 12 de agosto, p.11.

Bajtin, Mijail (1987): *La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento*, Madrid, Alianza.

Benjamin, Walter (2002): *The Arcades Project*, trad. Rolf Tiedemann, Cambrigde, MA, Harvard University Press.

Berenstein, Rhona (2002): "Acting Live: TV Performance, Intimacy, and Immediacy (1945-1955), en James Friedman (ed.), *In Reality Squared: Televisual Discourses on the Real*, New Brunswick, NJ, Rutgers University Press, pp. 25-44.

Boddy, William (1992): *Fifities Television: The Industry and its Critics*, Champaign-Urbana, University of Illinois Press.

Bogart, Leo (1956): *Age of Television: A Study of Viewing Habits and the Impact of Television on American Life*, Nueva York, F. Ungar.

Bogle, Donald (2001): *Prime Time Blues: African Americans on Network Television*, Nueva York, Farrar, Strauss and Giroux.

Bracker, Milton (1953): "No Question About Quiz Shows", en *New York Times Magazine*, 26 de julio, p.16.

Buck-Morss, Susan (1991): *The Dialectics of Seeing: Walter Benjamin and the Arcades Project*, Cambridge, MA, MIT Press.

— (2002): *Dreamworld and Catastrophe: The Passing of Mass Utopia in East and West*, Cambridge, MIT Press.

Canetti, Elías (1983): *Masa y Poder*, Madrid, *Alianza*/Muchnik.

Carbine, Mary (2005): "The Finest Outside the Loop", en *Camera Obscura 23*.

Cassidy, Marsha (1988): "Sob Stories, Merriment and Surprises: The 1950s Audience Participation Show on Network Television and Women's Daytime Reception", en *The Velvet Light Trap*, 42, otoño, pp. 44-61.

Cohen, Lizabeth (2003): *A Consumer's Republic: The Politics of Mass Consumption in Postwar America,* Nueva York, Vintage.

Corell, Barbara; Witte, Karsten y Zipes, Jack (1975): "Introduction to Siegfried Kracauer's 'The Mass Ornament'", en *New German Critique 5*, primavera, p. 62.

Cotler, Gorden (1954): "That Strange TV Studio Audience", en *New York Times Sunday Magazine*, 16 de mayo.

Debord, Guy (1970): *Society of the Spectacle*, Detroit, Black and Red.

✓ Douglas, Susan (1987): *Inventing American Broadcasting, 1899-1922*, Baltimore, Johns Hopkins University Press.

✓ — (1999): *Inventing American Broadcasting* y *Listening In: Radio and the American Imagination*, Minneapolis, University of Minnesota Press.

Ganas, Monica (1996): "Queen for a Day: The Cinderella Story", videocassette. Universidad de Kentucky.

Glynn, Kevin (2000): *Tabloid Culture: Trash Taste, Popular Power, and the Transformation of American Television*, Durham, NC, Duke University Press.

Grindstaff, Laura (2001): *The Money Shot: Trash, Clash and the Making of TV Talk Shows*, Chicago, University of Chicago Press.

Hansen, Miriam (1991): *Babel in Babylon: Spectatorship in American Silent Film*, Cambridge, MA, Harvard University Press.

Hayes, Peter Lynd (1951): "Stay in the Parlor", en *Variety*, 3 de enero.

Huyssen, Andreas (2002): "La cultura de masas como mujer: lo otro del modernismo", en *Después de la gran división: modernismo, cultura de masas, posmodernismo*, Buenos Aires, Adriana Hidalgo, capítulo 3.

Kracauer, Siegfried (1975): "The Mass Ornament", en *New German Critique 5*, Primavera, pp. 67-76.

— (1985): "El triunfo de la voluntad", en *De Caligari a Hitler: una historia psicológica del cine alemán*, Barcelona, Paidós.

— (2005): *The Mass Ornament: Weimer Essays*, trad. Thomas Levin, Cambridge, MA, Harvard University Press.

— (2008): "El ornamento de la masa", en: *La fotografía y otros ensayos. El ornamento de la masa I*, Barcelona, Gedisa.

Larabee, Eric y Meyersohn, Rolf (eds.) (1955): "$30 Billion for Fun", en *Mass Leisure*, Glencoe, IL, The Free Press, pp. 162-68.

✓ Lenthall, Bruce (2007): *Radio's America: The Great Depression and the Rise of Modern Mass Culture*, Chicago, University of Chicago Press.

Lichty, Lawrence W. y Topping, Malachi C. (1975): *American Broadcasting: A Source Book on the History of Radio and Television*, Nueva York, Hasting House.

Marvin, Carolyn (1990): *When Old Technologies Were New: Thinking About Electric Communication in the Late Nineteenth Century*, Nueva York, Oxford.

McDonagh, Edward (1956): "Television and the Family", en *Sociology and Social Research*, vol. 40, N°4, marzo- abril, p. 117-119.

McDonald, Fred J. (1992): *Blacks and White TV: African Americans in Television Since 1948,* Nueva York, Wadsworth.

O' Meara, Caroll (1955): *Television Program Production*, Nueva York, Ronald Press.

Ouelette, Laurie y Murray, Susan (eds.) (2009): "Melancholy, Merit and Merchandise: The Postwar Audience Participation Show", en *Reality TV: Remaking Television Culture*, Nueva York, New York University Press, pp. 301-320.

Peiss, Kathy (1986): *Cheap Amusements: Working Women and Leisure in Turn of the Century New York*, Filadelfia, Temple University Press.

Pereira, William L. y Luckman, Charles (1953): "CBS Television City", en *Arts and Architecture*, enero.

Poppele, J. R. (1948): "Moral Responsibility Cited as Challenge to Television", en *Variety*, 28 de julio.

Riesman, David (1954): "Recreation and the Recreationist", en *Marriage and Family Living*, N°16, febrero.

— (1968): *La muchedumbre solitaria*, Buenos Aires, Paidos.

Rudé, George (1978): *La multitud en la historia: Los disturbios populares en Francia e Inglaterra, 1730-1848*, Madrid, Siglo Veintiuno.

Shattuck, Jane (1997): *The Talking Cure: TV Talk Shows and Women*, Nueva York, Routledge.

Simmel, Georg (1998 [1903]): "The Metropolis and Mental Life", en David Frisby y Mike Featherstone (eds.): *Simmel on Culture*, Londres, Sage, pp. 174-186.

Spigel, Lynn (1992): *Make Room for TV: Television and the Family Ideal in Postwar America*, Chicago, University of Chicago Press.

— (2009): *Television by Design: Modern Art and The Rise of Network Television*, Chicago, University of Chicago Press.

Stamp, Shelley (2000): *Women and Motion Picture Culture After the Nickelodeon*, Princeton, Princeton University Press.

Steinberg, Cobbett (1980): *TV Facts*, Nueva York, Facts on File.

Stewart, Jacqueline (2005): *Migrating to the Movies: Cinema and Black Urban Modernity*, Berkeley, University of California Press.

Williams, Raymond (1993): *Television, Technology and Cultural Form*, Hanover, MA, Wesleyan University Press.

— (2011): *Cultura y Sociedad: 1780-1950. De Coleridge a Orwell*, Buenos Aires, Nueva Visión.

DE LA MASA A LA MULTITUD: EL CONFLICTO POLÍTICO EN EL CINE ITALIANO*

Antonio Medici

El movimiento obrero tuvo un rol fundamental en el nacimiento y desarrollo de la democracia en Italia, sea a través de la participación en la Resistencia contra el nazi-fascismo, o con las batallas por la ampliación de los derechos civiles, sociales y laborales en la segunda mitad del siglo XX. Las organizaciones políticas y sindicales que se constituyeron en representantes de los trabajadores y sectores populares alcanzaron una considerable masividad, sabiendo incidir en la vida nacional a través de su presencia capilar sobre el territorio y las grandes movilizaciones. Un campo en el cual la larga hegemonía del Partido Comunista Italiano (PCI) fue puesta en discusión por la izquierda radical en el plano político-ideológico y por las movilizaciones de los años '60 y '70. En las últimas décadas, los cambios en el paradigma de la modernidad parecen haber archivado los esfuerzos revolucionarios o reformistas del siglo XX (la experiencia del PCI se clausuró en 1991), aunque esto no haya impedido la expresión en Italia de la *lucha de masa*, de nuevas subjetividades y culturas políticas.

En este trabajo analizaré las formas y los significados de la representación de eventos masivos de carácter político, deteniéndome particularmente en cuatro películas que cubren un arco temporal muy amplio que va de la segunda posguerra al 2001: *14 luglio: attentato a Togliatti (14 de julio: atentado a Togliatti)*, producida en 1948 por el PCI y confiada a la dirección de Glauco Pellegrini; *L'Italia con Togliatti*, de 1964, una realización colectiva coordinada por Gianni Amico; *Lotta alla Rhodiatoce (Lucha en la Rhodiatoce)*, filmado y editado en 1969 directamente por los obreros, con la colaboración del Grupo Cinema Militante di Torino; *Sequenze sul G8 (Secuencias sobre el G8)*, a cargo de Silvia Savorelli, construida con materiales filmados por video-activistas dentro de las manifestaciones contra el G8 de Génova en 2001.

---

* Traducción de Carla Alliegro.

Ver estas películas en rápida sucesión es como volver a recorrer, pero con un movimiento acelerado, la historia de las formas simbólicas del conflicto político en Italia durante la segunda mitad del siglo XX. Las circunstancias y las modalidades de realización de estas películas fueron diferentes, y por eso su consideración en conjunto puede parecer arbitraria; sin embargo ello es posible no sólo por el hecho de que traducen en imágenes y sonidos eventos de masas, sino porque además pertenecen a un corpus fílmico más bien homogéneo, recogido y conservado por la Fundación Archivo Audiovisual del Movimiento Obrero y Democrático, con sede en Roma.[1]

El pueblo y el líder

La película *14 de julio: atentado a Togliatti* es una suerte de *instant movie* sobre el intento de asesinato del líder del PCI. En Italia, después de finalizada la Segunda Guerra Mundial y con la liberación del nazi-fascismo, los valores de la lucha partisana, de la cual también formaron parte activa los obreros, tuvieron un rol fundacional en la configuración del orden cultural y político del país. Además de su presencia en el mismo texto de la Constitución Italiana, en importantes documentales de la época dedicados a la lucha partisana, el mundo del trabajo ha sido evocado como protagonista del renacimiento de una comunidad libre que se da instituciones democráticas. Por ejemplo, en *Giorni di gloria (Días de gloria)*, el primer documental que reconstruye los dramáticos hechos de la lucha partisana, coordinado y editado en 1945 por Mario Serandrei (con episodios filmados por Luchino Visconti, Giuseppe De Santis y Marcello Pagliero, con el comentario de Umberto Barbaro), la conclusión está significativamente confiada a las imágenes de los campesinos que retoman el arado de los campos, de los obreros que vuelven a poner en funcionamiento las fábricas, de los portuarios que vuelven a sus actividades. En *Aldo dice 26x1*, realizado en 1945 por Fernando Cerchio, se hace hincapié en la contribución de la clase obrera piamontesa a la Resistencia y se muestran imágenes del cortejo del 1° de

---

[1] El nutrido patrimonio de este Archivo se basa, entre otras cosas, en producciones promovidas entre 1945 y el inicio de la década de 1980 por las fuerzas políticas y sindicales de la izquierda, particularmente por el Partido Comunista Italiano (PCI) y por la Confederación General Italiana del Trabajo (CGIL), la más grande del país. La Fundación conserva sobre todo películas documentales, principalmente de tema histórico, político y social. Las mismas atañen a todo el siglo XX, aunque en general conciernen al período comprendido entre 1945 y nuestros días. La mayor parte de este material es italiano, pero hay también materiales provenientes de muchos otros países. Las imágenes documentan la historia del trabajo, del movimiento obrero y sindical, de los partidos de la izquierda, no sólo italiana, de sus batallas políticas y civiles, de las movilizaciones sociales y democráticas, de los movimientos de liberación en otros países; incluido un fondo de películas argentinas, entre las cuales están comprendidas casi seis horas de filmación sobre el "Cordobazo" y el "Viborazo".

Mayo de 1945: después de más de veinte años, los trabajadores italianos podían celebrar nuevamente su fiesta, que era también claramente una fiesta de liberación.

El Partido Comunista Italiano había tenido un importante rol en la Resistencia. En consecuencia, su líder, Palmiro Togliatti, estaba también destinado a ser protagonista de la recién nacida República italiana, construyendo un partido de masa que, en representación de las clases trabajadoras, desplegara el horizonte revolucionario dentro de las instituciones democráticas. Como miembro del Comité de Liberación Nacional (CNL), el PCI participó en los primeros gobiernos unitarios del período de la posguerra, hasta que en junio de 1947, Alcide De Gasperi, líder del partido mayoritario, la Democracia Cristiana, formó su cuarto gobierno dejando afuera a la izquierda. Ya eran tiempos de Guerra fría. En el plano social, además, las esperanzas de renovación encendidas por la Resistencia se iban apagando frente a la represión de las luchas obreras y sobre todo campesinas, que eran producto de la desocupación y de las fracasadas reformas.

En ese marco, durante la celebración del 1° de Mayo de 1947, once personas fueron asesinadas en Portella della Ginestra, en Sicilia: se trató de la primera matanza de la Italia republicana, aún hoy envuelta en el misterio, pero claramente dirigida a golpear el renovado protagonismo del mundo rural. En los noticieros que se pasaban en el cine de la época, la noticia fue tratada como si no hubiese tenido la relevancia de un hecho de enorme gravedad. En aquellos años no había informes oficiales acerca de los muchos sindicalistas caídos en el Sur en manos de grupos mafiosos, ni de las represiones, a veces sangrientas, operadas por las fuerzas del orden tanto en el campo como en las ciudades industriales del Norte. Era inevitable, por lo tanto, que en este clima de guerra fría que ya caracterizaba la vida política italiana las iniciativas cinematográficas de las organizaciones de izquierda se encontraran con notables problemas de circulación, en la medida en que se orientaban hacia la propaganda política, la denuncia, la información alternativa a las verdades oficiales.

Fue entonces, en un clima de fuerte enfrentamiento, que se desarrollaron las elecciones políticas de 1948, con la derrota del frente popular constituido por el Partido Comunista y el Partido Socialista. Sin que hubiese transcurrido mucho tiempo desde la cita electoral, el 14 de julio del mismo año, Antonio Pallante, un joven afiliado a un movimiento de derecha, disparó tres tiros de pistola al líder del PCI, Palmiro Togliatti, hiriéndolo gravemente. Pocas horas después se desencadenó una amplia, intensa y espontánea protesta en toda Italia. En Turín, por ejemplo, los obreros de Fiat secuestraron al administrador delegado de la empresa, Vittorio Valletta; en Nápoles, Génova, Livorno y Taranto, en el transcurrir de violentas manifestaciones, fueron asesinadas decenas de personas.[2] En definitiva, el país parecía al borde de la guerra civil, mientras que el estado mayor del PCI dudaba sobre el modo de proceder. Fue el mismo Togliatti quien recién operado detuvo toda intención de insurrección. Fue proclamada una huelga general y en pocos días se volvió a la normalidad, gracias a la precisa voluntad de las cúpulas comunistas y de la Confederazione Generale Italiana del Lavoro (CGIL), que se volcaron a la obra de recuperar el control de las bases y prevenir nuevos enfrentamientos.

---

[2] Sólo en la jornada del 14 de julio murieron diez manifestantes y cuatro agentes de policía. En los dos días sucesivos hubo otros diecisiete muertos. Los heridos fueron centenares.

Hacia el final de 1948, y por lo tanto todavía al calor de los eventos, se terminó la película *14 de julio: atentado a Togliatti*. El director, Glauco Pellegrini, inserta el atentado en una trama narrativa de ficción: de hecho imagina que tres campesinos de un pueblo del sur de Italia van a Roma para pedirle ayuda al líder comunista en su lucha contra las condiciones de miseria y la opresión de los mafiosos. Pero ese mismo día a Togliatti lo hieren gravemente y la Italia de los trabajadores se moviliza en una huelga masiva. Por suerte, el líder comunista se recupera enseguida y los campesinos pueden volver a sus casas con la fuerza renovada. Los diálogos son resumidos por el comentario (voz en *off*) y la única palabra diegética es la del líder, que habla desde la cama del hospital para tranquilizar a las masas. En toda la película no se ven imágenes relacionadas con los enfrentamientos en las plazas; a las ocupaciones de fábricas, a las represiones policiales, ni siquiera se las alude en el comentario en *off*. Las movilizaciones son inmediatas, pero como si estuvieran guiadas por una disciplina férrea, invisible. Las masas evocadas por el documental, entonces, demuestran una súbita determinación y responsabilidad en conexión directa con el líder. No hay espacio para otros dirigentes del partido, salvo al final, donde aparecen junto a Togliatti convaleciente. Las ciudades y las fábricas constituyen los ambientes privilegiados de las movilizaciones, con alguna que otra escena en el campo. En la secuencia central, Roma y otras ciudades se presentan en una serie de encuadres que las muestran vacías y silenciosas, como enmudecidas ante el gravísimo hecho. Luego, en una incoherente progresión temporal, vuelven a animarse para volver a detenerse ante las imponentes manifestaciones. Las imágenes relativas a estas últimas, tomadas desde lo alto y con planos generales y largos, documentan algunos momentos de la huelga general. Es claro el intento de mostrar la imponente dimensión de la convocatoria y de los grupos que llenan las (reconocibles) plazas de las diversas ciudades italianas. Pero también queda claro que tomas más cercanas fueron excluidas del montaje debido a que en ellas probablemente eran visibles la tensión y los episodios de enfrentamiento con la policía. Las imágenes que se refieren a reconstrucciones fílmicas a posteriori, en cambio, son más cercanas y, salvo pocas excepciones, a una altura normal. En estas tomas, el espacio se ve progresivamente atestado por personas en movimiento, que parecen dirigirse hacia una meta común. Esta suerte de coreografía, articulada por el montaje, sirve para mostrar la imparable conformación de la movilización masiva, que desemboca en una imponente prueba de fuerza. No hay espacio para la dimensión individual, debido a que el individuo se presenta como fusionado en armonía con una colectividad unida sólidamente.

14 Iuglio: attentato A Togliatti (1948) producida por el PCI y dirigida por Glauco Pellegrini.

En conclusión, en esta película es evidente que la representación de las masas movilizadas por la emoción y la indignación causadas por el atentado a Togliatti responde más a dictámenes de la línea política del Partido Comunista que a algún otro posicionamiento (aun cuando siempre tendencioso) más afín a los hechos "reales", a los sucesos que efectivamente tuvieron lugar. La construcción imaginaria de esta masa "ideal" que se hace protagonista de la película es compacta y no deja posibilidades ni siquiera a los "lapsus" –como diría Marc Ferro (1973)– de las imágenes, o sea a aquellos aspectos de la realidad recogidos por la cámara más allá de las intenciones de los realizadores.[3] El "accidente" no tiene posibilidad de aparecer, mientras que el fuera de campo no puede ser otra cosa que la prolongación de este cuerpo monolítico al cual cada militante del partido es convocado a pertenecer.

Iconografía política de las masas

En general, en las producciones promovidas por los comunistas en los años de la segunda posguerra, las masas se representan como una suerte de "ejército" en simbiosis con la organización del partido, del cual amplifica la fuerza. El partido, por otro lado, transfiere a las masas la práctica de la lucha como hecho colectivo, organizado y conciente. En el plano iconográfico, la sucesión de imágenes en movimiento tiende a evocar una conexión directa entre masa y líder, únicas figuras a las que se les reserva una dimensión singular. Las imágenes fílmicas, además, funcionan como "medio *de transferencia de códigos*", según la acepción de Metz.[4] Antes de la representación cinematográfica, está la puesta en escena en el espacio público de formas precisas de auto-representación: en los congresos, en las asambleas, en los cortejos, todo está sujeto a minuciosas disposiciones rituales que hacen manifiesta una jerarquía de valores. Los cortejos, por ejemplo, se desplazan en formas ordenadas, según una precisa taxonomía espacial que evidencia cómo el partido se ubica como guía del mundo del trabajo. El centro de la ciudad, donde se realizan las iniciativas, en esta fase no es precisamente un lugar para conquistar, sino el escenario de prestigio en donde mostrarse. Estas características generales se encuentran también en las tomas relativas a las celebraciones del 1° de Mayo o en películas como *Gioventù in marcia (Juventud en marcha)*, filmada el 10 de julio de 1949 en Roma en ocasión de una gran manifestación por la paz, promovida por la Alianza Juvenil Italiana, como *I fatti di Modena (Los eventos de Modena*, 1950), de Carlo Lizzani, con las imágenes de los funerales de seis obreros asesinados por la policía durante una huelga, o como en *Pace, lavoro e libertá (Paz, trabajo y libertad,* 1951), de Gillo Pontecorvo, crónica de algunos momentos del VII Congreso del PCI, realizado del 3 al 8 de abril de 1951, que concluye con una gran manifestación en la plaza San Giovanni, donde Togliatti participa de un mitín. Así, no escapan a este planteo de fondo documentales realizados por importantes directores como Pontecorvo y Lizzani, en los primeros pasos de sus carreras. Un título de Lizzani particularmente importante es *En el Sur algo ha cambiado* (*Nel Mezzogiorno qualcosa ha cambiato*, 1949), que transmitía las propuestas de desarrollo del PCI y de la CGIL para el Sur italiano, afligido por la miseria, la desocupación y la emigración.

---

[3] En este famoso ensayo, Ferro analiza un corpus de films soviéticos realizados entre 1917 y 1926, observando entre otras cosas cómo "la camera (...) dévoile le secret, elle montre l'envers d'une société, ses lapsus" (Ferro, 1973: 113). Veánse también Ferro (1975; 1980).

[4] "Decir que una imagen se parece a su objeto significa decir que, justamente gracias a esta semejanza, la decodificación de la imagen podrá servirse de códigos que intervenían en la decodificación del objeto 'real': bajo la cobertura de la iconicidad, en el centro de la iconicidad, el mensaje analógico tomará prestados los códigos más variados" (Metz, 2002).

Este documental desarrolla su argumento a través del doble movimiento de la denuncia y de la propuesta: por un lado, el director busca aquellas imágenes, a veces de notable crueldad, que pueden otorgarle un concreto dramatismo a condiciones de vida que ofenden la dignidad humana; por otro, otorga visibilidad al nuevo espíritu que nace de las fuerzas del trabajo. Por primera vez aparecen la asamblea obrera de una fábrica ocupada de Nápoles y un "cortejo" campesino, con carros, animales, peones armados con herramientas agrícolas que se dirigen a ocupar tierras no cultivadas, donde mantienen su convocatoria. También en este caso se trata de una colectividad seria, ordenada: es una iconografía que "traduce" la línea del PCI y de la CGIL. En éste y otros films contemporáneos, en general desaparecen los choques con la Policía, que en aquellos años casi siempre reprime con una dureza debidamente denunciada.[5]

Se trata de la "figuración" de la línea de responsabilidad nacional de los comunistas elegida por Togliatti, tendiente a construir el partido de masa, a recalar su acción en las instituciones democráticas, a desplazar el horizonte revolucionario y utópico hacia un tiempo indeterminado por venir. Para concluir, debemos notar que estas películas, además de adoptar un punto de vista *solidario* con los trabajadores, quienes son sus principales destinatarios, los *representan* también en el sentido de que se atribuyen el poder de hablar en su nombre.

Los militantes frente a una ausencia

Algo más de una década después, podemos observar que, siempre en las producciones promovidas por el PCI, este modo de representar al pueblo está al mismo tiempo confirmado y contradicho, al tiempo que el contexto social ha cambiado profundamente. El "milagro económico", entre 1957 y 1963, ha transformado Italia de un país primordialmente agrícola en una potencia industrial neocapitalista, mientras que las desigualdades de este desarrollo impetuoso alimentaron el creciente conflicto de la clase obrera, sometida a condiciones económicas y a ritmos de trabajo de explotación extrema. Es en este contexto que muere en Yalta, donde se encontraba de vacaciones, Palmiro Togliatti. Cuatro días después, el 25 de agosto de 1964, se realizaron los funerales en Roma, seguidos por una inmensa muchedumbre que la prensa calculó en un millón de personas. El evento fue narrado por los diarios y la televisión, mientras que el PCI convocó a una serie de cineastas (entre los cuales se encontraban Lizzani, los hermanos Paolo y Vittorio Taviani, Francesco Maselli, Elio Petri) para documentarlo con registros cinematográficos. De este material nació el documental *Italia con Togliatti* (1964), coordinado por Gianni Amico.

---

[5] Era el propio gobierno quien en definitiva generaba la violencia, el desorden, la censura. Por ejemplo, fue el gobierno quien hizo cortar la primera parte de *I fatti di Modena*, de Lizzani, donde el director evocaba el asesinato de seis obreros por la Policía durante la huelga del 9 de enero de 1950.

La película comienza en Yalta, donde el féretro del líder recibe el último saludo de los muchachos y muchachas en la colonia de Artek, la más grande de la URSS, en el Mar Negro. Luego, dirigentes soviéticos y comunistas italianos que lo acompañarán en el viaje de vuelta a su patria siguen los restos hasta el aeropuerto. En Roma, la "capilla ardiente" (*camera ardente*) se apronta en la sede de la dirección del PCI, visitada por un ininterrumpido flujo de personas. El mismo cortejo fúnebre es seguido por una inmensa muchedumbre hasta la plaza San Giovanni, donde se realiza un mitín, y luego se dirige al cementerio de Verano para su sepultura. En el cierre, la película vuelve al campo de Artek, donde Togliatti, en una de sus últimas apariciones públicas, es aplaudido por los jóvenes que llenan las gradas de un estadio y, sonriendo, le llevan regalos.

En la preparación de la sala donde se instala el féretro, en la planta baja de la sede del PCI en Roma, y en la organización de los turnos de la guardia de honor (*picchetto donore*),[6] encontramos la misma minuciosa puesta en escena ritual que ya habíamos resaltado: un gran retrato de Togliatti junto al ataúd, mientras que al lado, en grupos de seis, se alternan obreros en overol, artistas (entre ellos Luchino Visconti), dirigentes sindicales y del partido, dirigentes del movimiento comunista internacional (entre ellos Leonid Breznev y Dolores Ibarruri). En relación con representaciones fílmicas de eventos de masa anteriores, aquí varía el modo como se filma la muchedumbre que se dirige a dar el último homenaje al líder desaparecido: hay una insistencia inédita en los rostros de las personas, con tomas muy cercanas, primeros y primerísimos planos, no sólo en el pasaje por delante del féretro, donde las personas en fila muestran el dolor del momento, sino también en la imponente masa que sigue al cortejo fúnebre y que se detiene a escuchar el mitin final, a pesar de que aquí vuelvan los planos abiertos necesarios para darle el sentido de vastedad de la participación. Por su parte, en el mismo comentario se diluyen, se matizan los tonos de la tradicional retórica de las películas propagandísticas. No hay duda de que inclusive en la organización de los funerales del propio líder, el PCI quiso dar "una demostración de fuerza", como escribió en sus diarios Pietro Nenni, jefe del Partido Socialista Italiano, pero aquello que recogen los cineastas es una conmoción auténtica que despista a todos. El primer plano está buscado porque también lo está la expresión del dolor, como confirmación del amor que cada uno de los militantes tenía por su líder, pero la posible toma de un muestrario ejemplificador deja el lugar a una fila interminable, desmedida, de caras angustiadas, perdidas, conmovidas. Estas imágenes certifican ya no la relación directa entre el líder y la masa compacta y ordenada de su pueblo, sino, invirtiendo los términos, entre cada militante (en tanto individuo) y una ausencia, un vacío, el dirigente que ya no está. Los primeros planos de las personas y los planos abiertos de las muchedumbres no pueden ya editarse con la imagen del líder, que se encuentra en un fuera de campo inaccesible. Para muchos estudiosos, los funerales de Togliatti representan simbólicamente el final de una era; en el fondo, el desconcierto de estos rostros son su signo tangible. Es un dato que toma además el célebre cuadro de Renato Guttuso "Los funerales de Togliatti", una amplia tela realizada en 1972 en la que se muestra la brecha que se abrió entre los movimientos sociales atravesados por la esperanza de renovación y la liturgia del Partido Comunista, que parece obsoleta, de otra época. El mismo tema está presente en otras dos películas de ficción importantes como *Uccellacci e Uccellini (Pajaritos y pajarracos*, de 1966) de Pier Paolo Pasolini e *I sovversivi* (*Los subversivos*, de 1967) de los hermanos Taviani. Si el dolor y la desolación mancomunan a una gran masa de personas, si se observa con detenimiento, esa masa ya está atravesada por las tensiones internas del campo comunista y de la izquierda en general. Con Togliatti muere la promesa de un camino italiano hacia la Revolución; un camino irrefrenable, seguro e incruento. El partido que él había creado y había hecho crecer en la sociedad (y lo electoral) aparece de repente como inadecuado para la nueva época, mientras que sus liturgias y sus reticencias respecto del campo del socialismo real, sus mismas categorías ideológicas y políticas parecían ya no estar a la altura del conflicto social ni de la nueva fuerza que la utopía revolucionaria iba adquiriendo en la década de 1960.[7]

---

[6] Compuesto por las personas que de modo alternado permanecen en formación, inmóviles junto al ataúd para rendir homenaje a los restos del líder.

PALMIRO
TOGLIATTI

---

[7] Sobre el rito de los funerales públicos como producción de símbolos identitarios de una colectividad social, cultural o política, véase por ejemplo Mario Isnenghi (2004) y John R. Gillis (1994). Entre las biografías de Togliatti, veánse por ejemplo las de Giorgio Bocca (1973) y Aldo Agosti (1992). Sobre la historia del Partido Comunista Italiano y el significado de la muerte de Togliatti, véase Paolo Spriano (1975); Massimo Massara (1975) y Aldo Agosti (1999). Sobre la relación entre intelectuales y PCI, véase Nello Ajello (1997) y Stephen Gundle (1998).

L'Italia con Togliatti (1964), realización colectiva coordinada por Gianni Amico.

Nuevos protagonistas políticos y nuevos regímenes de representación

En aquellos años crece un sector intelectual y político que se coloca a la izquierda del PCI y de las fuerzas sindicales, criticándoles las posiciones gradualistas y la pérdida del horizonte revolucionario. De aquí provienen los primeros ejemplos de cine militante, como *Scioperi a Torino* (*Huelgas en Torino,* 1962) de Carla y Paolo Gobetti, con el comentario del poeta y ensayista Franco Fortini. Crónica y a la vez reflexión político-ideológica sobre la controversia por el contrato de los obreros de la fábrica automovilística Lancia, la película trata de construir un modelo narrativo e iconográfico que supere, en las formas y en los contenidos, la tipología de los productos de propaganda atribuibles a las organizaciones de la izquierda institucional. En lugar de la ceremonia del desfile ordenado por las calles, con carteles y símbolos, se ven asambleas, movilizaciones "desordenadas" y ruidosas, a veces corridas, que ocupan el centro de la ciudad, ya no como vidriera, sino como conquista de un lugar simbólico, dado que tienen la intención de hacer temblar la manera de vivir opulenta de la ciudad neocapitalista a través del eslogan y los ruidos producidos con los más disparatados medios. Son manifestaciones que aceptan o buscan también el enfrentamiento irregular con las fuerzas del orden, liberando la rabia de quienes sienten que sufren la exclusión de una sociedad que al mismo tiempo se está enriqueciendo; el deterioro de una condición de trabajo con ritmos insostenibles. Toman la palabra los jóvenes obreros inmigrantes desde el sur de Italia para decir que los sindicatos no hacen lo suficiente para mejorar las condiciones de trabajo. Entonces la palabra y la representación de la masa obrera ya no está confiada al Partido, sino mediada por un grupo de cineastas que por un lado intenta ser fiel a los hechos y por otro evidentemente deja traslucir su propia interpretación.

Las luchas de masa de la década de 1960, que llegaron a su ápice durante los años 1968-1969, cuyos protagonistas fueron los estudiantes y los obreros de las fábricas neocapitalistas, encontraron espacio tanto en representaciones fílmicas de carácter más tradicional –el PCI había constituido, además, una sociedad de producción cinematográfica propia, la Unitelefilm– como en producciones independientes, ligadas al movimiento estudiantil, a colectivos de obreros o a las nacientes formaciones de la izquierda extraparlamentaria. Los modelos representativos adoptados por estas dos *tipologías* fílmicas tienden a acercarse a medida que el conflicto se agudiza, aunque aún diferenciados tanto en la perspectiva política como en la *forma* cinematográfica, en el modo de representación. En 1969, por ejemplo, los sindicatos metalmecánicos promovieron la documentación fílmica de las intensas luchas por la renovación de contratos laborales que inundaron Italia, de donde surgió *Contratto (Contrato)* de Ugo Gregoretti, terminada en 1970. La película tiene la intención de trazar el complejo sentido de las luchas obreras que culminaron en el "Otoño Caliente" (*Autunno Caldo*): la madurez política de los trabajadores, entre los cuales son protagonistas los jóvenes y los inmigrantes del sur; la construcción de la unidad sindical en el aspecto más concreto de la confrontación; el ponerse objetivos no sólo salariales, sino también de una nueva y diferente participación de la clase obrera en la transformación de la sociedad italiana. Dejada ya de lado la práctica disciplinada de la militancia y de la participación en las movilizaciones –demostraciones de fuerza, pero también festejos de masas–, las imágenes de *Contratto*, como las de otras películas de aquellos años, iluminan además una difundida creatividad obrera que se expresa en los eslóganes, en los carteles, en los materiales de propaganda, en los que una ironía burlona ocupa un lugar importante. La película, a pesar de todo, es un material de comunicación que no resulta directamente útil en la confrontación, ya que llega después, cuando esta última termina con la conquista del contrato.

En el mismo año, con un planteo diferente, fue realizada *Lotta alla Rhodiatoce (Lucha en la Rhodiatoce)*, filmada y editada directamente por los obreros con la colaboración del Colectivo de Cine Militante de Turín. Es una suerte de cine-documento, en el cual se describen la lucha, los objetivos, las formas de organización de un duro conflicto en una de las más grandes fábricas textiles italianas. Los obreros utilizaron desde un primer momento fotografías expuestas en carteleras para comentar y resumir diariamente el desarrollo del conflicto; entre tanto, algunos de ellos, equipados con cámaras 16 mm filmaban ocasionalmente durante las asambleas y las movilizaciones. Decidieron entonces utilizar también este material para reflejar la lucha en curso, proyectándolo bajo la forma de un primer montaje dotado de comentario en *off*. Habiéndose apreciado la eficacia de este instrumento, el comité de lucha decidió utilizar el cine para seguir documentando el desarrollo del conflicto, realizando la película como una crónica en construcción continua, instrumento válido para una primera evaluación de los hechos, pero también como medio de comunicación política hacia el afuera de la fábrica, hacia la sociedad.[8]

FABBRICA
CCUPATA

Lotta alla Rhodiatoce (1969) filmada y editada por los obreros con la colaboración del Grupo Cinema Militante de Turín.

Lotta alla Rhodiatoce conmueve por los efectos que tienen los pesados ritmos de producción sobre la salud de los obreros; ritmos que los dirigentes, indiferentes frente a los numerosos casos de enfermedad, intentan aumentar ulteriormente con un acuerdo firmado por los sindicatos a fines de 1967. De aquí nacen en primera instancia movilizaciones espontáneas y luego un comité de lucha que invierte la relación con el sindicato, llamado ahora a aportar a las tratativas con los patrones las resoluciones que emergen de la asamblea general de los obreros. El acuerdo es rechazado, el enfrentamiento se hace cada vez más duro, inclusive con despidos como represalias, hasta la ocupación de la fábrica en marzo de 1969. A esta altura, la empresa cede y revé el acuerdo sobre los ritmos de trabajo. En el documental tiene un rol importante el comentario, pronunciado por dos voces obreras que se alternan. Éste conecta y da sentido a imágenes fragmentarias de movilizaciones, asambleas, bloqueos de calles, reuniones y mitines. A diferencia de otras películas militantes contemporáneas, es un comentario menos inclinado a la argumentación ideológica, que tiende en cambio a ilustrar puntillosamente los motivos y las etapas de una confrontación victoriosa, deduciendo de ésta un modelo de acción basado en la democracia directa y en la reapropiación de la representación delegada a los sindicatos. Por este camino, además, se pasa del plano sindical al político, con una lectura del conflicto como enfrentamiento general entre dos poderes, el del obrero y del "patrón".

---

[8] Esta construcción progresiva de la película está señalada, además, por la presencia de una didascalia central que repite la didascalia inicial, con fechas diferentes, para distinguir los dos segmentos en los que está compuesto el documental.

Lotta alla Rhodiatoce (1969) filmada y editada por los obreros con la colaboración del Grupo Cinema Militante de Turín.

Realizadas por aficionados, las tomas son inciertas, a veces fuera de foco; el punto de vista es interno a las movilizaciones, que involucran a miles de trabajadores (los empleados de la Rhodiatoce son más de cuatro mil), pero también a estudiantes universitarios y de escuela media; son imágenes filmadas por quienes están participando ante todo como obreros en las acciones y no se buscan puntos de registro especiales para las tomas, por ejemplo para mostrar la masividad de participantes o la fuerza de las manifestaciones con la planificación de planos más amplios. Prevalece en definitiva la *calidad* de la participación, el sentirse parte de una colectividad, más que mostrar la cantidad, y por lo tanto la fuerza de la masa que participa en la lucha (si bien ocasionalmente se encuentran enfoques desde lo alto). El mismo comentario traduce este sentirse una vanguardia que se pone a la cabeza de un movimiento más amplio. Es un comentario pronunciado en primera persona singular o plural: un *nosotros* que cuenta la propia experiencia y de la cual extrae consideraciones políticas. Las imágenes están casi siempre privadas de sonido directo: sólo hacia el final se puede sentir claramente un único eslogan, "poder obrero", gritado durante las movilizaciones, con creciente intensidad, mientras la voz en *off* dice "Hemos sentido que somos una clase" y agrega "Luchábamos con alegría". No obstante, las imágenes no logran transmitir esta alegría, sino rostros serios, a veces preocupados. Uno de los pocos momentos en los que se advierte un clima más distendido es cuando un denso grupo de obreros se dirige a la montaña a rendirle homenaje a los partisanos en los lugares donde cayeron; allí se expresa el orgullo de unir la propia lucha a la lucha heroica de la Resistencia.

De este modo, la auto-representación de esta colectividad en lucha solamente intuye las potencialidades del cine, no proyecta concientemente la documentación audiovisual de sus propias acciones, ni se equipa para este fin; todavía está totalmente concentrada en la palabra, a la que confía el sello de la diferencia entre una perspectiva reformista (la de los sindicatos) y una perspectiva de choque más radical contra el orden capitalista.

La representación múltiple

Saltando algunas décadas hacia adelante, y por lo tanto a otro período histórico, un punto de vista análogo desde el interior de una gran manifestación masiva lo encontramos en gran parte del material filmado en Génova durante las protestas por el G8 de 2001. Ha sido un evento que tuvo una resonancia internacional considerable, en cuya representación se han visto involucrados todos los medios de comunicación, nuevos y viejos. En él se representó, notablemente potenciada, esa dimensión simbólica de la puesta en escena organizativa que se encuentra generalmente en la naturaleza de todo evento de masa. Muchos meses antes de que tuviera lugar el punto más alto del conflicto, el G8 ya se anunciaba como el escenario en el cual los actores habrían de "jugar" sus partes, contraponiendo el mundo como podría ser (el mundo de la utopía) al mundo como es (el mundo de la injusticia). En realidad, las formas de esta contraposición han sido impuestas a la atención general por los medios masivos, que han evocado la posibilidad de violencia en las plazas, de daños, inclusive de atentados terroristas; la misma logística del evento ha asumido el tema del asedio, y por lo tanto de la guerra, como leitmotiv: pensemos en la contraposición del orden (la zona roja, el centro de Génova limpio y renovado) contra el desorden (el resto de la ciudad, destinado a los manifestantes). Reaccionando contra esa construcción mediática, las diversas tendencias del movimiento que habrían confluido en Génova buscaron sus propios símbolos para oponer a aquellos evocados por el poder. Por ejemplo, la práctica de la desobediencia civil con los propios cuerpos, sean sustancialmente inertes (las manos blancas levantadas, signo del pacifismo integral de los que adhieren a la red Lilliput) o sean pintorescamente vestidos de gomaespuma, para mitigar golpes de cachiporra que pudieran recibir (los llamados *Le Tute bianche*, los vestidos de blanco). El terreno de la confrontación, pues, ha sido aquel impuesto por el *mainstream* mediático: violencia y asedio. Y en gran medida las motivaciones y las propuestas de los opositores del G8 han tenido un menor eco.

Sequenze sul G8 (2001) de Silvia Savorelli, con materiales filmados por video-activistas.
El original en color está en http://www.rehime.com.ar/libromasas.php.

En los días de Génova, los eventos eran registrados –además de por los equipos profesionales de los medios masivos– por centenares de video-activistas o simples manifestantes que habían llevado mini-cámaras digitales para testimoniar su propia experiencia. De aquí surgieron miles de horas de material filmado desde múltiples puntos de vista. Quizá por primera vez la cantidad de imágenes producidas desde puntos de vista profesionales u organizados por fuera de las manifestaciones ha sido superada por la cantidad de imágenes registradas desde adentro de las mismas, en las asambleas, en los encuentros, captadas por quienes participan y filman al mismo tiempo. No es que falten los típicos planos generales, que apuntan a calles y plazas colmadas de personas, sino que los vemos sobre todo en operaciones productivas tradicionales, proyectadas antes del evento, como aquella de los directores italianos que realizaron una película grupal, *Un mondo diverso é possibile (Un mundo diferente es posible*, 2001), coordinada por Francesco Maselli. En los materiales recogidos por los video-activistas prevalece, en cambio, la parcialidad, la mirada molecular e interna, que parece irreductible a visiones unitarias, y es entonces una mirada diferente, por ejemplo, de la que surge de la película realizada por el grupo de Rhodiatoce, el cual unificaba en sí mismo la dirección de la lucha, la realización de las tomas y su reorganización en un discurso audiovisual para comunicar la idea de que formaban parte de la vanguardia de una clase.

No obstante, todo lo sucedido en Génova en 2001 –la represión violenta de las movilizaciones, la muerte accidental de un muchacho, las golpizas y los maltratos– ha marcado indeleblemente las imágenes de esos días, dándoles desde afuera una connotación unitaria. Las más de cien películas realizadas en Italia con aquellos materiales contienen casi todas el sentido de denuncia de una suspensión sustancial de los derechos individuales en la democrática República Italiana.

Sequenze sul G8 (2001) de Silvia Savorelli, con materiales filmados por video-activistas.
Los originales en color están en http://www.rehime.com.ar/libromasas.php.

También el Archivo Audiovisual del Movimiento Obrero y Democrático ha producido documentación fílmica del evento, a través de una red de realizadores, cada uno de los cuales ha elegido su propio criterio de registro y participación en las manifestaciones. De este material se ha obtenido la película *Sequenze sul G8* (*Secuencias sobre el G8*, 2001), de Silvia Savorelli, en la que se eligió reducir al mínimo la utilización del montaje, dejando el material filmado íntegro, en la medida de lo posible. Por eso, a veces, uno se encuentra frente a larguísimos planos secuencia. En los episodios narrados, respecto de los cuales no se han utilizado materiales filmados por diversos video-activistas o cineastas, hay por lo tanto un solo punto de vista, como si se tratara de la mirada subjetiva de un participante. Esta elección acentúa el dramatismo de la narración. Pienso, por ejemplo, en una secuencia en la que se pasa repentinamente de un estado de relativa calma, donde vemos jóvenes protestando pacíficamente en una plaza, a la confusión y el desorden luego de un violento ataque policial. En estas imágenes, la comprensión de aquello que está sucediendo es dificultosa para el espectador. Algunos manifestantes están muy cerca de la policía, pero la situación parece calma. Inmediatamente, el realizador comienza a correr, como si huyera de un peligro inminente. Se entiende, por la tos de los que están alrededor, que escapa de los gases lacrimógenos (los gases usados en Génova eran particularmente urticantes). Cuando vuelve a enfocar la plaza, es el humo de los gases lo que anuncia la posterior carga de la policía. Después vemos a los hombres uniformados entrando en el cuadro y golpeando salvajemente a los desafortunados que no lograron escapar. En este ejemplo, el repentino pasaje de una situación de calma a una de enfrentamiento, observada desde un solo punto de vista, hace que todo lo que ocurre fuera de campo, aquello que no se logra ver, se considere como una amenaza inminente. Estas imágenes tienen un sabor rosselliniano, ya que le restan al documento audiovisual cualquier pretensión de auto-evidencia, dejando subsistir en éste toda su parcialidad, su ambigüedad, su necesidad de ser interpretado.

La documentación fílmica y las películas realizadas sobre los hechos de Génova expresan un vuelco paradojal (y dramático): la guerra simbólica evocada por los medios devino real y la utilización del medio audiovisual realizado "por parte" del Movimiento tuvo lugar en un plano sobre todo reproductivo. Los video-activistas, en la tarea de dar testimonio de todo lo acontecido, renunciaron a proyectar la dimensión simbólica de la utopía sobre el plano de la representación fílmica. Las imágenes audiovisuales fueron utilizadas sobre todo para probar que la violencia ejercida por parte de las fuerzas del orden era injustificada y desproporcionada. A pesar de todo, existe una novedad en el hecho de que las nuevas tecnologías permiten efectivamente a quien participa de pequeñas o grandes movilizaciones no delegar más su propia representación, ni siquiera en las estructuras que expresan una solidaridad política. El acto de filmar de modo "horizontal" se transforma inclusive en una modalidad de participación en las marchas para relatarlas desde adentro y, si es necesario, para defenderse mostrando en circuitos alternativos y en internet –pero también en los tribunales–, las dinámicas de represión, a menudo escondidas o unilateralmente presentadas por los medios oficiales.

De la masa a la multitud

Resumiendo algunos episodios significativos de representaciones fílmicas de eventos de masa que pertenecen al campo de la política en un lapso de tiempo de más de medio siglo, hemos visto transcurrir el final del siglo XX interpretado como "el final de la política y de las ideologías basadas en la relación masa-poder, pero además de la transformación de la categoría masa en multitud" (Bonomi, 2002: 85). Para muchos estudiosos, el pasaje del fordismo al posfordismo, de lo moderno a lo posmoderno, coincide con el pasaje de la masa a la multitud, generalmente entendida como un conjunto de singularidades, e interpretada de formas variadas según las tendencias políticas o enfoques disciplinarios.[9] En las representaciones que van desde la inmediata segunda posguerra a la década de 1960, cuando las masas entran en el cuadro, evocan, si bien con diferentes modalidades, la dicotomía del conflicto de una sociedad dividida en dos clases sociales fundamentales, proletariado y burguesía: dos actores colectivos que en el fondo saturan el espacio simbólico de la puesta en escena. En la última parte del siglo XX, este espacio simbólico parece vaciarse de estas dos presencias voluminosas, en un proceso que todavía está en curso.

Es cierto que justamente las nuevas tecnologías y las nuevas formas de comunicación se encuentran en el centro de este proceso en la sociedad globalizada: por un lado, las mismas mercancías incorporan contenidos comunicativos capaces de dirigirse indistintamente a todos los posibles consumidores del planeta, así como los medios de

---

[9] La literatura al respecto es enorme. Nos limitamos a señalar algunos títulos fundamentales o útiles a los efectos de la argumentación que sigue. Las obras que definieron los términos del extenso debate sobre la periodización de las fases del capitalismo moderno son las de Alain Touraine (1969) y de Daniel Bell (1976). El "acto de nacimiento" de una reflexión filosófica sobre la posmodernidad suele considerarse el libro de Jean-François Lyotard (1989), que hace referencia a las reflexiones de Touraine y Bell ("Nuestra hipótesis es que el saber cambia de estatuto al mismo tiempo que las sociedades entran en la edad llamada posindustrial y las culturas en la edad llamada posmoderna" [Lyotard, 1989: 13]). Sobre el debate posterior en torno a la relación entre lo moderno y lo posmoderno, véase por ejemplo: David Harvey (1998); Frederic Jameson (1992); Zygmunt Bauman (2003) (este último propone en lugar del término "posmodernidad", el de "modernidad líquida", caracterizada por procesos de individualización, de labilidad de las relaciones sociales, de ruptura de la relación de dependencia recíproca entre capital, trabajo y territorio). Sobre las nuevas formas de la subjetividad, veáse por ejemplo: Gilles Deleuze (2002), donde el concepto de "diferencia" no es más un principio ordenador sino subversivo y desestabilizador, opuesto a la unidad y la centralidad del individuo cartesiano; y Gilles Deleuze y Félix Guattari (2004), donde se propone una teoría de la multiplicidad, prefiriendo las estructuras de base y horizontales frente a la organización jerárquica, la desterritorialización frente al territorio, la subjetividad nómada fundada sobre el devenir a aquella fundada en la unidad del ser. Sobre la tendencia del trabajo productivo a convertirse cada vez más inmaterial, sobre la extensión de la esfera de la producción de plusvalor a los lenguajes y a las propias formas de vida, véase por ejemplo: André Gorz (2003); Tiziana Terranova (2006); Andrea Fumagalli (2007). Sobre el rol de los medios masivos en los procesos de globalización, véase por ejemplo: Arjun Appadurai (2001).

comunicación crean eventos globales apetecibles para una masa interminable de espectadores; por otro, las mercancías y los medios necesitan segmentar a los mismos consumidores hasta venderles la ilusión de que podrán satisfacer sus necesidades y pulsiones absolutamente individuales. Además, en el estadio actual de desarrollo de la producción capitalista, el componente inmaterial, o sea la información, los contenidos intelectuales y las mismas formas de vida, son componentes centrales de las mercancías y de las relaciones de trabajo. En este nuevo contexto, no parecen haberse consolidado todavía –al menos en el plano de la representación– subjetividades capaces de saturar los espacios simbólicos de la política, como habían hecho durante el siglo XX las categorías de "masa" y, proviniendo de una tradición más antigua, de "pueblo". Puede ser, como consideran Negri y Hardt (2002; 2004; 2009), que la multitud sea irrepresentable bajo el signo de la unidad. En su análisis, esta última es "pura inmanencia", no tiene relación con ninguna teleología revolucionaria, y sin embargo actúa para la transformación del presente, con una subjetividad producida por un grupo de "singularidades" que cooperan, no de individuos, y por lo tanto no canalizable en la reducción a unidades de lo múltiple, propuesta por las teleologías de la modernidad.

También aquellos que en el ámbito de la izquierda critican esta politización de la multitud constatan que en la posmodernidad se ha roto el automatismo por el cual las formas de producción configuran sus propios sujetos antagonistas (como en el caso de la fábrica fordista que producía, configuraba el obrero-masa), y que en el plano social los mecanismos de explotación (que se extienden a las mismas formas de vida y de la fábrica al territorio, de lo local a lo global) rompen los lazos de solidaridad y los mismos límites de clase.

Un análogo movimiento polariza la escena de la comunicación, que ve actuar al mismo tiempo sujetos globales, los cuales imponen formas programadas y contenidos universalmente intercambiables, y sujetos hiper locales, cuya fragmentación halla en la red un lugar de encuentro. Es más, internet parece ser el lugar de los opuestos, donde conviven el máximo de estandarización comunicativa y la extrema disgregación de la uniformidad de los estándares. Los media-activistas, desde las protestas de G8 de Seattle (1999) en adelante, han creado Indymedia, para apoyar a través de la web las protestas del movimiento antiglobalización, que ha sido interpretado también con el concepto de "multitud", en sus variadas acepciones. Los relatos en video de las movilizaciones contra la World Trade Organization, que han alcanzado su punto más álgido en Génova en 2001 para luego volver a fluir en el movimiento pacifista contra la segunda guerra del Golfo (2003), muestran la multiplicación de los sujetos que filman y, a la vez, la ausencia del "sujeto" filmado, de aquel "ser tantos en uno" que había caracterizado la representación del conflicto social durante el siglo XX.

Bibliografía

Agosti, Aldo (1999): *Storia del Partito Comunista Italiano 1921-1991*, Bari, Laterza.
Ajello, Nello (1997): *Il lungo addio. Intellettuali e PCI dal 1958 al 1991*, Bari, Laterza.

Appadurai, Arjun (2001): *La modernidad desbordada. Dimensiones culturales dela globalización*, Buenos Aires, Fondo de Cultural Económica.

Bauman, Zygmunt (2003): *Modernidad líquida*, México-Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.

Bell, Daniel (1976): *El advenimiento de la sociedad post-industrial: un intento de la prognosis social*, Madrid, Alianza.

Bonomi, Aldo (2002): *Il trionfo della moltitudine*, Milán, Bollati Borighieri.

Deleuze, Gilles (2002): *Diferencia y repetición*, Buenos Aires, Amorrortu.

Deleuze, Gilles y Guattari, Félix (2004): *Mil mesetas. Capitalismo y esquizofrenia*, Valencia, Pre-Textos.

— (2005): *El anti-Edipo. Capitalismo y esquizofrenia*, Buenos Aires, Paidós.

Ferro, Marc (1973): "Le film, une contre-analyse de la société?", en *Annales. Économies, Sociétés, Civilisations,* XXVIII, 1: 109-124.

— (1975): *Analyse de Film. Analyse de Sociétés*, París, Hachette.

— (1980): *Cine e historia*, Barcelona, Gustavo Gilli.

Fumagalli, Andrea (2007): *Bioeconomia e capitalismo cognitivo*, Roma, Carocci.

Gillis, John R. (1994): *Commemorations. The politics of National identity*, Princeton, Princeton University Press.

Gorz, André (2003): *L'immatériel*, París, Galilée.

Gundle, Stephen (1998): *I comunisti italiani tra Hollywood e Mosca. La sfida della cultura di massa (1943-1992)*, Firenze, Giunti.

Hardt, Michael y Negri, Antonio(2002): *Imperio*, Buenos Aires, Paidós.

— (2004): *Multitud: guerra y democracia en la era del Imperio*, Buenos Aires, Debate.

— (2009): *Commonwealth*, Massachusettes, Belknap Press of Harvard University Press.

Harvey, David (1998): *La condición de la posmodernidad: investigación sobre los orígenes del cambio cultural*, Buenos Aires, Amorrortu.

Isnenghi, Mario (2004): *L'Italia in piazza. I luoghi della vita pubblica dal 1848 ai giorni nostri*, Bologna, Il Mulino.

Jameson, Frederic (1992): *Posmodernismo o la lógica del capitalismo avanzado*, Bueos Aires, Paidós, 1992.

Lyotard, Jean-François (1989): *La condición postmoderna: Informe sobre el saber*, Buenos Aires, Cátedra.

Massara, Massimo (comp.) (1975): *I comunisti raccontano. Cinquant'anni di storia del PCI attraverso testimonianze di militanti*, Milán, Teti.

Metz, Christian (2002): *Ensayos sobre la significación en el Cine. Volumen 2: 1968-1972*, Barcelona, Paidós.

Spriano, Paolo (1975): *Storia del Partito Comunista Italiano*, 5 vol., Torino, Einaudi.

Terranova, Tiziana (2006): *Cultura network: per una micropolitica dell´ínformazione*, Roma, Manifestolibri.

Touraine, Alain (1969): *La sociedad Post-industrial*, Barcelona, Ariel.

TELEVISIÓN Y MASAS. DE LAS REPRESENTACIONES HISTÓRICAS A LA NUEVA ETAPA DE MEDIATIZACIÓN

Mario Carlón

El encuentro del principal medio masivo de la historia, la televisión, con las masas es un momento clave en la historia de la mediatización, una encrucijada en la que se juegan tantas cuestiones que difícilmente podamos tratarlas –aunque sea superficialmente– desde una sola perspectiva analítica. Se debe tanto a que la televisión es, como otros medios masivos (prensa, radio, cine, etcétera), producto de la emergencia de las masas en la historia (para distribuir mensajes que llegaran eficazmente a las masas eran imprescindibles los medios masivos, basados en la lógica *one to many, broadcast*) como a que las masas se fueron moldeando (en sus pensamientos y creencias, en la definición de sus gustos, etcétera) en un vínculo complejo, que ha sido largamente discutido, con esos discursos que a lo largo de los años los medios masivos pusieron en circulación.[1]

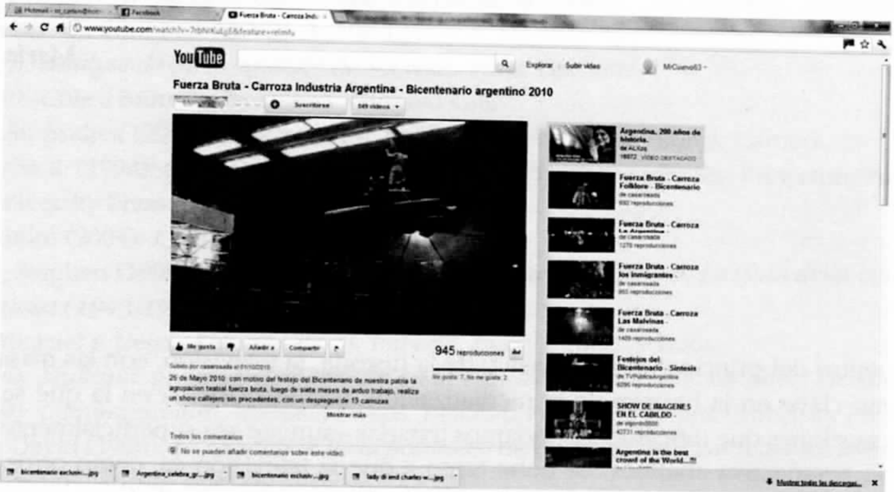
Este doble vínculo que acabamos de señalar nos permite empezar a situar, desde nuestra perspectiva,[2] el lugar de la representación. La representación de las masas a través de la televisión es, como veremos, un fenómeno discursivo en gran parte nuevo, singular en la historia de la mediatización. Y sin embargo, hecho en absoluto menor, se encuentra atenazado entre otros de mayor alcance imprescindibles para pensar la relación masas/medios.

---

[1] Discursos "generalistas" que construyeron una "cultura de masas" por todos conocida o compartida (de ahí su vínculo con el concepto de nación) cuyo alcance y carácter cada vez es más sometido a discusión (como ejemplo reciente de lo que se está señalando pueden consultarse las respuestas que intelectuales tan diversos como Ien Ang, Dennis McQuail, Derrick de Kerkchove, Mario Perniola, Daniel Dayan y Eliseo Verón, entre otros, dieron en la "Encuesta sobre el concepto de cultura de masas" realizada en el Volumen 9 de los *Cuadernos de Información y Comunicación* (2004).

[2] Una perspectiva no antropocéntrica especialmente influída por la obra de Jean-Marie Schaeffer, en particular por *El fin de la excepción humana* (2009 [2007]).

Pero lo señalado no es todo, porque hoy asistimos a una nueva etapa de mediatización, producto de la emergencia de un nuevo sistema de medios de base *digital* (Sistema de Medios Digitales, entre los que podemos incluir a Facebook, Twitter, Youtube, los *blogs*, etcétera) que parece estar cambiando, otra vez, los vínculos de la sociedad con los medios. Produciendo cambios que, en la era del fin hegemónico de los medios masivos[3] se expresan, ante todo, en la *convergencia*, noción con la que señalamos que así como *la televisión está hoy en Internet, Internet (con sus medios digitales) está ya en la televisión.*


YouTube
Fuerza Bruta - Carroza Industria Argentina - Bicentenario argentino 2010
945 reproducciones
Mostrar más

Youtube - Fuerza Bruta en los Festejos del Bicentenario. El original en color está en http://www.rehime.com.ar/libromasas.php.

Este complejo proceso de cruces e hibridaciones entre medios masivos y medios digitales, articulado con otro fenómeno crucial, *el ascenso de los sujetos en la historia de la mediatización*, es el que está provocando una situación singular. A punto tal que si pretendemos dar cuenta, aunque sea groseramente, de cómo las representaciones de las masas se están presentando en la televisión actual debemos considerar, por un lado, cómo están cambiando los medios merced a la convergencia, terreno en el que deberemos *distinguir, con precisión quirúrgica, medios masivos de comunicación masiva.* Y, por otro, cómo la figura de las masas (con el conjunto de atributos que han caracterizado sus modos históricos de participación) es puesta en discusión por los nuevos modos de intervención discursiva que los sujetos realizan a través de los "nuevos medios" (principalmente a través de las redes sociales).

---

[3] Actualmente vivimos, como lo constatamos en Carlón y Scolari (2009), el fin de una etapa histórica. Se debe principalmente a tres razones que se presentan insoslayables para todo análisis de la situación actual: la emergencia de nuevas prácticas sociales (postear, descargar, etcétera); la consolidación de los llamados "nuevos medios", que cada vez concentran mayor atención social; y la expansión, también en el seno de los discursos de los medios masivos, de la digitalización.

I. Los lugares de las masas en la televisión

En la medida en que hemos puesto el foco en la representación de las masas y que nos vamos a concentrar en televisión, conviene antes de avanzar dar cuenta de ciertos conocimientos que la reflexión sobre este medio ha desarrollado. Ante todo nos parece importante insistir en que la pregunta acerca del estatuto específico de la representación televisiva no es un interrogante que pueda responderse dando cuenta sólo de la capacidad representativa del lenguaje (o, mejor, de los lenguajes)[4] de la televisión. Una respuesta mínimamente satisfactoria acerca de esta cuestión debe considerar también el lugar y el estatuto del enunciador, que en el caso de la televisión es, principalmente, la Institución Emisora.[5] Lo expresado quiere decir que interrogarnos sobre la representación implica también hacerlo acerca de la dimensión institucional, tanto sobre sus posibilidades como sobre sus límites. Esta reflexión, por lo tanto, debe partir de preguntas como: el discurso que una Institución Emisora determinada (ya sea, por ejemplo, Canal 13 o Canal 7, es decir, más allá de su específico posicionamiento político en cada coyuntura histórica) nos entrega cuando representa a una masa que se congrega en un acto público (supongamos que en Plaza de Mayo), ¿en qué medida es una representación y en qué medida es una construcción de la Institución Emisora? Es decir, ¿en qué medida el sujeto espectador accede a través del discurso que la televisión le ofrece a una masa construida por la Institución y en qué medida se enfrenta a un actor social que avanza, se mueve, canta, rompe vidrios o se pelea con la policía en ese mismo momento en un espacio real? Es decir: ¿cuál es la distancia, en términos teóricos, entre esa manifestación social y su representación televisiva? Y, por sobre todo, el discurso que la televisión nos ofrece, ¿en qué medida es producto de una *manipulación* de la Institución Emisora o hay en él *imprevisibilidad*?

Una forma de empezar a considerar preguntas tan complejas como las que acabamos de formular es retomar ciertos debates que se han dado en torno al eje construcción/representación, que ha sido objeto de una fecunda reflexión en el campo de los estudios sobre televisión. Hay dos dimensiones clave para pensar el lugar de las masas en la televisión, que se derivan principalmente de cómo ha sido pensada en estos estudios la "construcción del acontecimiento". La primera considera cómo representan o construyen los acontecimientos los distintos lenguajes: nos concentramos aquí en cómo las masas aparecen representadas en la pantalla. La segunda, crucial también cuando se habla de televisión (porque no se puede considerar a este medio ignorando esta dimensión, que es una de las principales por las cuales siempre ha sido objeto de temor, fascinación, desprecio, etcétera) atiende a la capacidad de este medio de construir acontecimientos de recepción masiva y, por consiguiente, grandes audiencias (Verón, 1987: I -VII). Es decir que *si una vía analítica nos permite atender a las masas como aparecen representadas "en la pantalla", la segunda considera a las masas "fuera de la pantalla"*. Un "fuera de la pantalla" que parece tener poco que ver con la representación pero que, sin embargo, siempre ha sido especialmente considerado en la enunciación de los discursos televisivos.

---

[4] Dado que, como hemos insistido en distintos trabajos (Carlón, 2004 y 2006), la televisión "habla" dos lenguajes muy diferentes: el del *directo* (lenguaje de la toma directa televisiva) y el del *grabado* (semejante, por el tipo de discurso que produce, al cinematográfico).

[5] En trabajos anteriores (Carlón, 2004) nos ocupamos de cómo la institución emisora se hace presente en los noticieros televisivos a través de distintas dimensiones sociales de producción de sentido (políticas, "artísticas", etcétera), y concentramos nuestra atención principalmente en fenómenos de índole espacial. Las observaciones que presentamos aquí también se centran en la institución emisora, pero el análisis desborda el anterior; no sólo porque se concentra en la dimensión temporal, sino porque, como se verá, parte de un paradigma teórico no antropocéntrico, que implica la consideración de tres factores de producción de sentido: lo social, las máquinas y la naturaleza.

II. Las masas "en la pantalla"

La capacidad o, quizás aún mejor, el poder de los dispositivos de dar cuenta de lo real es un tema de peso siempre que la atención recae en el nivel de la representación. En cuanto a lo televisivo, la principal pregunta en este nivel es ¿en qué difiere la representación televisiva de la cinematográfica que la antecede y respecto a la cual es, a su vez, tan semejante debido a que ambas son audiovisuales?

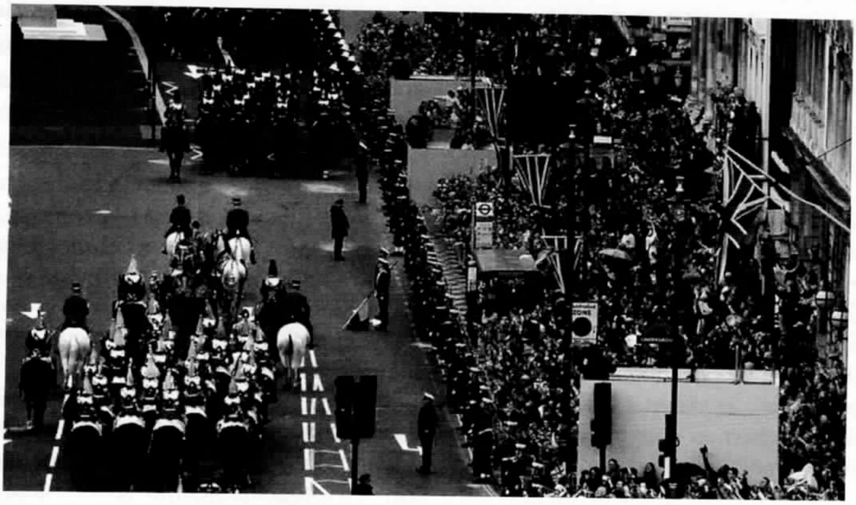
Desde nuestro punto de vista, no quedan dudas de que, a nivel discursivo, la gran novedad que la televisión nos entregó se debió a que, como medio, vino acompañada de un lenguaje específico: la toma directa. Es decir, el *lenguaje del directo televisivo*, que nos entregó y entrega, como ningún otro medio, secuencias de grandes y pequeños acontecimientos históricos.

Ahora bien ¿puede el directo dar cuenta de lo real (a nivel de la representación, más que de lo representado)[6] de manera específica o lo que nos muestra es sólo una construcción/representación como otras? El tema, de extraordinaria complejidad, ha sido largamente discutido. Y pocas dudas caben acerca de cuál es la posición dominante, tanto en los discursos académicos como en el sentido común: *la televisión construye o produce la realidad*.[7] Esta posición se impuso en el discurso teórico sobre televisión principalmente desde que Umberto Eco (y otros analistas) advirtieron que las transmisiones en directo estaban cambiando en la década del 80. En el clásico análisis del casamiento entre el Príncipe Carlos y Lady Diana que nos entregó en "TV: la transparencia perdida" (Eco, 1994 [1983]), el semiólogo y novelista italiano extremó su posición. Además de que expresó que "toda la construcción simbólica estaba 'predeterminada' en la puesta en escena previa" (Eco, 1994 [1983]: 217-218) y que "la interpretación, la manipulación y la preparación para la televisión precedían la actividad de las cámaras. El acontecimiento nacía ya como enteramente 'falso', dispuesto para la toma" (Eco, 1994 [1983]: 218), concluyó que la crisis que diluía la diferencia entre programas de información y de ficción en la televisión en su momento histórico[8] "tiende cada vez más a implicar a la televisión en su conjunto transformándola de *vehículo de hechos* (considerado neutral) en *aparato para la producción de hechos*, es decir, de espejo de la realidad pasa a ser productora de realidad" (Eco, 1994 [1983]: 210). Sus señalamientos en una época en que la puesta en escena estaba cambiando sin dudas son justificados. Porque fue saludable su deseo de advertir al sentido común acerca de un cambio tan significativo.

---

[6] La aclaración vale debido a que, como se sabe, lo representado es por definición incognoscible o inaccesible (aunque mucho podemos saber acerca de él en su estatuto de objeto dinámico).

[7] Puede discutirse si esta es la posición dominante en el sentido común. Nuestra experiencia, avalada en años de investigación de campo nos revela que en este aspecto es mayor la creencia de que el sentido común es ingenuo que ingenuo el sentido común. La perspectiva desconfiada frente a los medios está mucho más extendida de lo que se cree.



Casamiento Príncipe Carlos y Lady Diana. Londres, 1981. El original en color está en http://www.rehime.com.ar/libromasas.php.

Pero una cosa es un gesto de advertencia al sentido común y otra, muy distinta, convertir ese gesto en teoría explicativa sobre las diferencias entre cine y televisión. Para conceptuar la especificidad del discurso de la toma directa televisiva y, por ende, su específica capacidad de representación, es imprescindible reconocer su excepcionalidad en el sistema de los lenguajes que contienen imágenes.[9] La toma directa televisiva es, como *lenguaje representativo*, el capítulo final de una larga historia pre-mediática (de un tipo de representación que en Occidente comenzó en la cultura griega y se continuó en el Renacimiento),[10] y el episodio final, también, de la historia de la representación en los medios masivos,[11] *máquinas* inventadas por la Revolución industrial.[12] Decimos esto porque si la fotografía vino materialmente, gracias a su novedoso poder indicial,[13] a entregar una representación superior a la pictórica, generando una "caída del relato representativo" en el campo artístico, como ha señalado Arthur Danto (1997), y el grabado (cine y televisión en grabado) vino a sumar a esa representación imágenes múltiples y móviles con sonido en sincronía, *la toma directa televisiva incrementó aún más esa capacidad de representación.* ¿Cómo? ¿En qué?

---

[8] Período que Eco llamó de la Neo TV para diferenciarlo de la etapa anterior, a la que denominó de la Paleo TV.

[9] La mediatización singular de la toma directa televisiva obligó al sujeto espectador a movilizar saberes específicos: entre la expectación en el lugar y su versión mediatizada a la manera cinematográfica (Carlón, 2004). Es decir: por un lado, los saberes de una experiencia social no mediatizada; por el otro, lo asimilado tras años de contacto con un sistema de representación y montaje semejante al cinematográfico y sin embargo, en cierto nivel, diferente (Carlón, 2006).

Es aquí donde debemos aminorar la marcha, porque si hay algo que reconocer es que sobre este tema carecemos de consenso suficiente en los estudios actuales sobre televisión. ¿A qué se debe? Desde nuestra perspectiva a que, en primer lugar, lo que el discurso del directo televisivo *sumó al cinematográfico no aparece de modo evidente en la superficie del discurso* (son dos discursos audiovisuales, de semejante materialidad),[14] sino que *se capta a nivel de la enunciación, es decir, de ese acto que siempre hay que postular*. ¿Y donde reside el problema? En que esa enunciación no es cualquiera, debido a que *si un enunciado es en directo, la enunciación también debe serlo*, es decir, *debe abolir, en algún nivel, la diferencia temporal entre enunciado y enunciación*. Una enunciación así es tan distinta de la cinematográfica, en la cual esa diferencia es constitutiva debido a que lo que al sujeto espectador se le manifiesta en presente ha sido registrado y editado en una temporalidad anterior, que nos obligará a ensayar una respuesta pocas veces transitada. Una respuesta que nos obligará a abandonar, como marco de referencia teórica, *aquellos que, en el seno de las ciencias sociales, niegan o excluyen la diferencia entre naturaleza y cultura*,[15] tan característicos de la época en que vivimos, dominada por el paradigma antropocéntrico. Una respuesta que nos obligará a reconocer no sólo a la sociedad, sino también a la naturaleza como factor productor de sentido, es decir, como instauradora de un marco que establece específicas restricciones y posibilidades al discurso y, por consiguiente, a la Institución Emisora como enunciador.

---

[10] Ernst Gombrich es uno de los autores que con mayor precisión reconoció este hecho, que lo llevó a postular que los griegos crearon el *principio del testigo ocular*, que se impone cada vez que se desea representar las cosas como si se hubiera estado presente en el momento en que acontecieron. Dice Gombrich, retomando formulaciones anteriores, en la entrevista que le realizara Didier Eribon, que le interesó "...cómo, a partir del momento en que aparece el proyecto de crear una imagen convincente, lo que más tarde llamé el 'principio del testigo ocular' (*eyewitness principle*) se termina por introducir la ilusión en la imagen. Si realmente adoptamos ese 'principio del testigo ocular', es decir si queremos representar una escena como si estuviéramos allí para contemplarla, debemos utilizar la técnica del 'escorzo' y todas las técnicas que conducen a la perspectiva. Tomemos *La batalla de Alejandro* en Pompeya: se puede reconstruir el lugar del espectador, como en la fotografía de un periódico. Con una fotografía siempre será posible preguntar dónde se encontraba el fotógrafo cuando realizó la toma" (Eribon y Gombrich, 1993 [1991]: 81).

[11] Porque la representación, con su específico *carácter progresivo*, es decir, con su búsqueda constante de dar cuenta cada vez de mayor cantidad de rasgos de los referentes, se *trasladó del arte a los medios* tras la emergencia de la fotografía.

[12] Se introduce aquí una diferencia esencial que es la que reside entre *máquinas y técnicas* (Carlón 2009). Los dispositivos maquinísticos (la fotografía, la toma directa telefónica y radiofónica, etcétera) son radicalmente diferentes de los dispositivos técnicos (la pintura, la escritura, la xilografía, etcétera). Mientras que los *dispositivos técnicos* son ante todo *medios de expresión* (y por eso base de la expresión artística), los *dispositivos maquinísticos* son principalmente *medios de registro* (son de base indicial y por lo tanto capaces de enunciar automáticamente, en algún nivel, a los referentes). Ejemplo de enunciación automática: el efecto *blow up*, ilustrado en el clásico film de Antonioni del mismo nombre. Gracias a él la fotografía puede denotar automáticamente algo que el sujeto operador no ha pre-visualizado y, por lo tanto, ignora.

[13] Indicialidad que en la fotografía se encuentra, al igual que en los históricos medios masivos, incorporada al dispositivo: así, toda fotografía canónica es, como sostuvo Jean-Marie Schaeffer (1987), de carácter icónico-indicial.

[14] Prueba de esta semejanza es que el fundador de la semiología del cine, Christian Metz, daba a cine y televisión juntos en una de sus más clásicas clasificaciones de lenguajes: "Cine-televisión:

¿Qué ventajas presenta el reconocimiento de este *factor*? La primera es que nos permitirá considerar un tema tabú, como es la diferencia entre vida y muerte en el seno de los discursos. La segunda es que nos permitirá dar una respuesta satisfactoria, desde un punto de vista enunciativo, del discurso del directo televisivo, porque la representación de este discurso no puede conceptuarse sin que se acepte que *producto de una enunciación específica sumó al discurso vida*.

¿Es esto posible? ¿Cómo puede un discurso contener verdaderamente, es decir, materialmente, vida? ¿Y qué consecuencias tiene este hecho a nivel de la representación? Detengámonos un momento en estas problemáticas, claves para las cuestiones que aquí nos ocupan. Porque si es verdad que este discurso *contiene vida* todo en él, desde el estatuto del discurso hasta el de su enunciador y el de su sujeto espectador deben ser específicos, singulares, diferentes del cinematográfico. Y porque si los estatutos de estas dimensiones son tan distintos, específica debe ser, también, su representación.

Esas masas que vemos en la pantalla ¿están vivas?

Hay una diferencia fundamental entre la representación de las masas que nos ofrece el discurso cinematográfico y la que nos brinda la televisión en directo: en directo las masas no son espectros (fantasmas que se dan a ver desde un tiempo pasado, cercano o

---

imagen obtenida mecánicamente, múltiple, móvil. Leyendas. Tres tipos de elementos sonoros (palabras, música, ruido)" (Metz, 1974: 40).

[15] Lo que aquí sostenemos es que la distinción naturaleza-cultura es clave para pensar la discursividad de la toma directa televisiva y, en verdad, de los medios masivos, que constituyeron una excepción en la historia: el momento en que máquinas generadas en el seno de la Revolución industrial generaron discursos en los que lo social interactúa con la naturaleza. De otro carácter es, en cambio, el discurso de las máquinas surgidas de la Revolución informática, porque la digitalización tiende a producir un cortocircuito en la indicialidad: una "fotografía digital" posee, en muchos sentidos, más vínculos con la pintura que con la fotografía.

lejano), *están vivas*. Esto quiere decir, por ejemplo, que en la transmisión en directo del casamiento del Príncipe Carlos y Lady Diana *la multitud que a nivel de la representación* esperaba en el exterior de la catedral de San Pablo no era sólo una figura de discurso, en el sentido en que suele considerarse que toda figura es íntegramente una construcción del enunciador (en este caso, de la Institución Emisora). Y que en las transmisiones en directo por los festejos del bicentenario en Argentina en 2010 la multitud que en las calles acompañó actos, recitales y la intervención de *Fuerza Bruta* también *estaba viva en la pantalla y para el sujeto espectador*.

Festejos del Bicentenario. Buenos Aires, 2010.
Los originales en color están en http://www.rehime.com.ar/libromasas.php.

La consecuencia principal de este hecho es que los discursos en directo siempre son, en algún nivel, *imprevisibles*. Porque si hay vida nadie puede, por más ensayada que haya sido una puesta en escena, impedir que sucedan acontecimientos imprevisibles: que los locutores se equivoquen, que las masas se desmadren, que se largue a llover. Por eso hay tantos ejemplos dramáticos, patéticos, risueños en la historia de la televisión. Tantos ejemplos en los que a la propia Institución le salió todo mal. Por eso la frase ya impuesta "los medios producen la realidad" (tantas veces aplicada a la televisión) puede haber tenido sentido cuando Eco escribió "Tv: la transparencia perdida", pero hoy constituye un enorme obstáculo para comprender el discurso menos estudiado y que ha dado cuenta y sigue dando cuenta de importantísimos acontecimientos históricos (políticos, sociales, deportivos, del mundo del espectáculo, etcétera): el del directo televisivo.

Ahora bien, el señalamiento que acabamos de realizar, que suponemos no tan difícil de aceptar, tiene profundas –e incluso inesperadas– consecuencias teóricas. Sabemos que, privilegiando la muerte, se ha reflexionado sobre el eje muerte/vida en relación a la fotografía, respecto a la cual muchos autores han insistido en su vínculo con la muerte (Barthes, 1990 [1980]; Dubois, 1994 [1983]; Metz, 1985). Algo semejante ha sucedido respecto al discurso cinematográfico al reflexionarse sobre la impresión de realidad (Morin, 2001 [1956]; Metz, 2001 [1977]) y destacarse que es capaz de captar, a diferencia de la fotografía, movimiento (y, por ende, en mayor cantidad de rasgos, a la vida). Pero la vida constituye prácticamente un tema tabú en el campo de los estudios sobre medios. ¿Por qué? Porque es, sin dudas, un tema incómodo, tanto porque no puede ser abordado desde perspectivas antropocéntricas (para dar cuenta de la vida debemos empezar a considerar a la *naturaleza* de la cual la vida proviene, como lo ha demostrado la teoría de la evolución), como porque nos invita a pensar relaciones mucho más complejas e incómodas aún, entre ciencias sociales y ciencias naturales (parte de las cuales son, como se sabe, ciencias de la vida), que las que se consideran habitualmente. Y sin embargo, cuando nos ocupamos de las transmisiones en directo debemos empezar a dejar de hablar de la muerte y comenzar a referirnos, como acabamos de hacerlo, al otro polo, a la vida, con todas las implicancias que el tratamiento de este tema conlleva.

¿Y dónde reside el problema? En que las teorías de análisis discursivo son indiferentes a la vida, principalmente por dos razones. En primer lugar, porque, como acabamos de señalarlo, convierten a toda representación discursiva en *figura*[16] y, por consiguiente, en espectro, en un elemento disecado (¡pero en directo las masas no se comportan como figuras disecadas!: laten, luchan, se retiran reprimidas por la policía, pierden la vida –es decir, son asesinadas–, etcétera).

En segundo lugar, porque consideran a todo tiempo manipulable. Este estatuto manipulable del tiempo deviene principalmente de la teoría de la enunciación, donde la diferencia conceptual entre enunciado y enunciación es interpretada casi siempre a partir de un hiato temporal. Porque si la enunciación es un *acto* cuyo resultado es el enunciado (la enunciación puede estudiarse a partir de las marcas que ha dejado en el enunciado), se sobreentiende que ese acto es anterior. Pero el problema que enfrentamos en el estudio del discurso del directo televisivo es que si en él hay un hiato entre enunciado y enunciación, el enunciado no puede contener vida. ¿Cómo podemos resolver ese problema que desde hace años obstaculiza el desarrollo de una teoría sobre la discursividad de este discurso clave de nuestra contemporaneidad? A esta altura de nuestra exposición se vuelve evidente que debemos detenernos un momento en él.

---

[16] Este señalamiento incluye también a las figuras de enunciador y enunciatario. ¿A qué se debe? A que su principal objeto de estudio desde la Antigüedad, es decir, desde el nacimiento de la retórica, fue la escritura.

Tiempo y enunciación: ¿por qué el discurso del directo televisivo contiene tiempo y vida y no puede enunciar *flashforwards*?

El discurso del directo televisivo no es, como hemos sostenido, sólo una construcción de la Institución Emisora. Las instituciones son muy importantes: si no emitieran discursos, nada habría para analizar. Sus posibilidades son bien conocidas y provienen básicamente de dos importantes recursos productores de sentido que tienen a su disposición: el encuadre y el montaje. Pero estas modalidades de producción de sentido poseen en el discurso del directo televisivo menor peso que en el cinematográfico, en el que el enunciador es, en este nivel, prácticamente omnipotente. Omnipotencia que, sin embargo, también posee sus límites, porque el enunciador del discurso cinematográfico no puede cargar verdaderamente, a su discurso, de vida. ¿Y a qué se debe entonces que estos enunciadores posean estatutos y poderes tan distintos? ¿Cómo logra la Institución Emisora televisiva, productora de discursos muchas veces tan banales, algo que los más geniales directores de cine no pueden lograr?

Quizá la forma más directa de expresar nuestra perspectiva sea a partir de la formulación de una pregunta-problema que dice lo siguiente: ¿por qué el discurso del directo televisivo, que es tan semejante al cinematográfico, no puede enunciar *flashforwards*? Esta pregunta-problema presenta al menos dos méritos. El primero es que puede ser compartida: si alguien tiene una respuesta distinta de la que vamos a brindar a continuación, estamos deseosos de escucharla. El segundo es que introduce inmediatamente la cuestión que genera más resistencia de la respuesta que nos proponemos brindar: que los enunciadores no son todos iguales, que el enunciador del directo televisivo posee límites y posibilidades específicas que devienen de la acción de un fenómeno natural. ¿Qué elemento natural puede imponer límites a un enunciador social y manifestarse en el seno de un discurso? Ante todo el *tiempo*[17] (físico, natural); ese tiempo que habitamos y en el que nos encontramos claramente inscriptos, que a nivel de nuestra experiencia perceptiva transcurre inequívocamente en una dirección, del pasado al futuro. El discurso del directo televisivo no puede enunciar *flashforwards* porque esa máquina, resultado de la Revolución industrial, se articula cada vez con el tiempo natural en su devenir.[18] Y de ese logro extraordinario en la historia de las mediatizaciones, que lo diferenció del cinematográfico, se derivan principalmente dos consecuencias. Por un lado, que su capacidad de enunciación temporal es totalmente restringida: sólo puede enunciar, a cada momento, el presente.[19] Por otro, que como carga a ese discurso de tiempo, el discurso contiene vida.

---

[17] Es un tiempo que, según la teoría de la *flecha del tiempo*, tuvo su origen en el *big bang*, se manifiesta desde el pasado al futuro y es irreversible (Prigogine y Stengers, 1979).

La respuesta que acabamos de brindar, por más extravagante que pueda considerarse debido al estatuto dominante actualmente en las ciencias sociales, tiene una profunda ventaja desde un punto de vista teórico: nos permite explicar de qué modo queda abolida en el discurso del directo televisivo la diferencia temporal entre enunciado y enunciación. Una máquina se ha articulado con un *tiempo exterior*, y ese *factor exterior*, independiente de la institución emisora, *carga de tiempo*, en el mismo momento, al discurso. Por eso el discurso del directo televisivo *contiene tiempo*, a diferencia de otros, como el cinematográfico, la escritura o la pintura. Y, como acabamos de expresarlo, como contiene tiempo, también contiene vida.[20]

El sujeto espectador como **testigo mediático**

Todo lo señalado tiene enormes consecuencias, a punto tal que pese a ser audiovisual como el cinematográfico, el discurso del directo televisivo ha construido un sujeto espectador radicalmente diferente: el *testigo mediático* (Carlón, 2004). Mientras el sujeto espectador cinematográfico fue construido en base al modelo de la "contemplación desinteresada" propia del discurso artístico consolidado en el siglo XVIII, es decir que es un sujeto trascendente, aislado de su contexto vivencial, que se sumerge en una discursividad autónoma en una sala que es el resultado final de la concepción del museo

su locución ó narración ó
análisis si pueden hacerlo

---

[18] De hecho, la Institución Emisora que transmite en directo tampoco puede realizar *flashbacks*, porque si introduce un fragmento de un momento anterior debe ser considerado una repetición (y la transmisión deja de ser en directo y pasa a ser de estatuto *mixto*).

[19] El directo puede manipular el espacio, es decir, ofrecer distintos ángulos, pero no el tiempo.

[20] Ahora bien ¿quiere decir lo señalado que debemos abandonar la teoría de la enunciación? No, sólo que debemos realizar un ajuste o una reformulación de algunos de sus presupuestos básicos. *Porque el hecho de que el discurso del directo televisivo sólo pueda conceptuarse a partir de una abolición del hiato temporal entre enunciado y enunciación no implica que debamos abandonar conceptualmente estas nociones*. La diferencia entre enunciado y enunciación sigue siendo teóricamente operativa. Pero debemos abandonar la idea de que siempre implica un hiato temporal. Y debemos, también, insistir en que el estatuto de los enunciadores no es siempre igual: el enunciador del discurso cinematográfico es plenamente social, mientras que el del discurso del directo televisivo es *social, maquinístico* y *natural*. Por eso debemos abandonar, también, los paradigmas antropocéntricos, que niegan la diferencia entre naturaleza y cultura: la naturaleza produce sentido, ese sentido enmarca nuestras acciones, y algunas máquinas que la sociedad inventó, como el directo televisivo, abren la puerta a esos sentidos. Dicho de forma brutal: mientras que el discurso cinematográfico basa su discursividad, como la escritura, en la constitución de una *barrera* entre naturaleza y sociedad, el del directo televisivo funciona más como una *interfase* entre estos dos factores productores de sentido.

de arte como templo,[21] el sujeto espectador del directo televisivo vive una experiencia distinta porque tanto él, como el acontecimiento transmitido y la Institución Emisora se encuentran inscriptos en la misma temporalidad.[22] Así, el sujeto telespectador en tiempo presente –tanto de los grandes como de los pequeños acontecimientos– se convierte en *testigo mediático* de su propia historia, en su específico devenir.

III. Las masas "fuera de las pantallas". ¿Implica la crisis de los medios masivos el fin de la comunicación masiva? Los nuevos sujetos

Entonces el lenguaje del directo televisivo posee mayor poder de representación que otros lenguajes dado que, como si hubiera recibido una "descarga eléctrica", su representación contiene tiempo y vida. ¿Eso es todo? ¿Esos son todos los cambios que introdujo como medio masivo? ¿Se reduce todo entonces a que desde su emergencia podemos ver en las transmisiones en directo a las *masas vivas*, cantando en estadios de fútbol o reprimidas por el Ejército chino? Por supuesto que no. Como una profusa bibliografía sobre televisión –en la que las masas receptoras *aparecen representadas* de distintas formas y a través de diferentes técnicas– lo atestigua,[23] un vínculo fundamental entre las masas y la televisión se construyó en otro nivel: el de las audiencias a las que con *discursos masivos* a lo largo del tiempo demostró, consistentemente, que es capaz de llegar.

La televisión sería muchos menos criticada y temida si sólo se hubiera limitado a introducir cambios en el nivel de la representación. Y si esos cambios no hubieran sido puestos en contacto a través de transmisiones globales en directo con masas mayores que las que pudo y puede representar en la pantalla. Porque ahí está, como todos sabemos, el *quid* de la cuestión: las masas que la televisión representó en el siglo XX son insignificantes –numéricamente, no como actores sociales– respecto de las que tomaron o toman contacto con esos discursos cotidianamente en los hogares.[24] Porque de algo no caben dudas: la televisión puede estar viviendo una crisis como *medio,*[25] *pero el principal*

---

[21] Razones por las cuales, como es sabido, desde fines de los 60 ha sido duramente atacado.

[22] Hecho que se vuelve evidente en las transmisiones televisivas en directo de carácter satelital con diferencia horaria: el sujeto sabe que el discurso, el acontecimiento y su expectación viven en una temporalidad que no es la que dice su reloj (es una temporalidad que atraviesa los distintos tiempos locales). Entregué un análisis de transmisiones en directo con diferencia horaria en Carlón (2006: 119-278).

[23] Me refiero a ensayos cualitativos, investigaciones cuantitativas, etcétera.

[24] Veamos algún número: el casamiento del Príncipe Carlos y Lady Diana comentado por Eco en 1983 tuvo una audiencia entre setecientos cincuenta y ochocientos millones de espectadores y se calcula que el celebrado entre Guillermo de Inglaterra y Catherine Middleton en 2011 fue visto por dos mil millones (cifra esta semejante a la de los grandes eventos deportivos de la historia). Dos mil millones de espectadores viendo la misma transmisión a la vez. En el mismo momento. No hemos conocido nada parecido, nada igual, en la historia de las mediatizaciones.

[25] Un medio, observó hace años Eliseo Verón (1996 [1994]: 55), implica una "tecnología sumada a las prácticas sociales de producción y de apropiación de esa tecnología cuando hay *acceso*

dispositivo y lenguaje de la televisión, el directo, no se encuentra en esa situación.[26] El directo, sobre todo cuando se articula con acontecimientos que la sociedad considera de valor, expande su discursividad por fuera de la televisión: en otros dispositivos, móviles y fijos, debido al interés que este tipo de trasmisiones despierta en el sujeto espectador.

¿Y cuál es la situación ahora? ¿Implica el fin de la era hegemónica de los medios masivos sumada a la emergencia del nuevo sistema de medios digitales la muerte definitiva de la televisión como medio masivo o de la comunicación masiva audiovisual? Y aún más: ¿necesitamos realizar esta última distinción?

Medios masivos, medios flexibles y comunicación masiva audiovisual en la convergencia

Aceptado el diagnóstico de fin o crisis de la televisión abierta histórica, podemos decir que la situación actual presenta como mínimo dos desarrollos. Por un lado, están los esfuerzos que a partir de la convergencia la Institución Emisora desarrolla por mantener su vigencia en la vida social (esfuerzos que presentan resultados disímiles en distintos países, debido a un conjunto de factores que no son sólo de índole mediática o discursiva).[27] Por otro lado, se advierten nuevos desarrollos de la comunicación masiva, a través de otros medios y dispositivos. Consideremos, antes de terminar, cada uno de estos fenómenos por separado.

El primer tema, los esfuerzos de la Institución Emisora por mantener su vigencia en la vida social, nos obliga a reconsiderar, aunque sea mínimamente, la problemática del fin de la televisión. La crisis de los medios masivos se debe a que, como ha sostenido Eliseo Verón (2007), los medios masivos poseen cada vez más dificultades para programar la vida social. Esto se advierte claramente cuando hablamos de televisión: los sujetos pueden acceder cada vez más a los discursos mediáticos a través de otros dispositivos y medios cuando lo desean, no cuando la televisión los emite. Por eso el *grabado*, en el que históricamente se basó la mayor parte de la programación, sufre particularmente en la situación mediática actual. Esta situación se advierte claramente en países como Argentina, con alta penetración del cable (78%) y de Internet (66%), aunque menos en países como México (en el que la penetración de Internet es del 30% y los hogares con un solo televisor alcanzan al 40%), o Brasil (en el que el cable alcanza sólo al 30% de la población y la penetración de Internet es del 40%).[28] La consideración de estas distintas situaciones es clave para comprender el devenir de la televisión abierta en cada país.

---

público a los mensajes". La capacidad de los medios de hacer circular mensajes públicos es clave en esta noción.

[26] Sostuvimos esta tesis en Carlón (2009: 159-187).

[27] Por ejemplo: ¿por qué en países como México Internet tiene sólo una penetración del 30%? Los motivos no son sólo de índole mediática, sino principalmente de otro tipo: se debe a los marcos regulatorios, a los intereses corporativos de la poderosísima Televisa, a las políticas públicas, etcétera.

[28] Según *Internet World Stats,* los datos actualizados de acceso a Internet a marzo de 2011 son los siguientes: Argentina 66%; Brasil 37,4%; México 30%.

Pero, otra vez, debe diferenciarse esta crisis de la televisión como medio de la situación que afecta a sus distintas discursividades (entra aquí en consideración su capacidad de construir discursos "generalistas", ya sea de alcance global o local). Por ejemplo: un fenómeno reconocido, y aparentemente contradictorio con la crisis del medio, es el éxito global de las series americanas de ficción (como *Lost*, producido por la cadena ABC, o *The Sopranos*, producido por HBO). La paradoja radica obviamente en que el éxito de estos discursos masivos globales se produce en el mismo momento en que las instituciones emisoras entran en crisis. Pero es importante distinguir que se trata de dos cuestiones diferentes: una es que los sujetos estén interesados en esos productos, otra es que estén dispuestos a verlos cuando los emiten las grandes cadenas de distribución. Si algo se advierte cada día con mayor claridad es que, si pueden, los sujetos visionan cuando lo desean y en las condiciones que lo desean. Este fenómeno, desde nuestro punto de vista, es irreversible y ya no va a cambiar.

Pero no evitemos la problemática central: ¿a qué se debe y cómo se construye el éxito de estos discursos que no consisten en transmisiones de grandes acontecimientos en directo, en un contexto general de crisis de la televisión abierta como medio masivo? Desde nuestro punto de vista, el éxito de estas series se debe ante todo a dos razones. La primera es que estos productos han cambiado, son muy distintos de los de décadas anteriores (a punto tal que han disminuido la brecha que durante años existió entre cine masivo y televisión).[29] La segunda es que se ha mostrado particularmente exitosa una de las principales estrategias que los medios masivos (cine y televisión) están desarrollando desde hace algunos años para mantener su hegemonía: las *narrativas transmediáticas* (Jenkins, 2006).[30] Por ejemplo, en Brasil, *O Globo* ha renovado sus tradicionales telenovelas a través del desarrollo de ricas plataformas en Internet y de una compleja y fecunda intervención en las redes sociales.[31]

El segundo tema a tratar es el desarrollo de la comunicación masiva a través de otros medios y dispositivos. Durante la era de los medios masivos tendimos muchas veces a asimilar los conceptos de medios masivos y comunicación masiva. Era bastante lógico, dado que la mayor parte de la comunicación masiva pasaba por los medios masivos. Pero la nueva situación mediática que vivimos parece exigir que realicemos un nuevo esfuerzo conceptual. Porque uno de los fenómenos más interesantes –desde el punto de vista de la novedad– de la comunicación masiva actual está aconteciendo fuera de la televisión. Un aspecto singular y aún poco estudiado y teorizado de los nuevos medios consiste en su capacidad de *hacer circular discursos públicos que en ocasiones alcanzan*

---

[29] Hemos presentado algunas tesis acerca de las características de este cambio en Carlón (2011).

[30] En Argentina el lugar de privilegio que programas que se apoyaron fuertemente en *narrativas transmediáticas* como *Gran Hermano* y *Showmatch* han mantenido a lo largo de los años llevó a que la programación adquiriera progresivamente una estructura *planeta-satélites* (Carlón *et al.*, 2008).

[31] Este hecho se advierte claramente en una serie de importantes estudios que acaban de publicarse en un volumen coordinado por María Immacolata Vassallo de Lopes (2011), cuyos resultados fueron presentados en el "III Encontro Nacional OBITEL dos Pesquisadores de Ficção Televisiva no Brasil", realizado en San Pablo en noviembre de 2011.

carácter masivo. Más allá de que el uso principal de las redes (Facebook, Twitter, etcétera) implica discursos no masivos (interindividuales, grupales o comunitarios), desde hace años advertimos estos usos. Un ejemplo: cuando se revisan los primeros veinte videos de Youtube se advierte que el primero y los siguientes registraron acontecimientos cotidianos (muchas veces banales), pero que uno de ellos, subido por el usuario *Chinese Backstreet Boys*, posee un carácter diferente. El video, que muestra a dos jóvenes orientales cantando graciosamente frente a cámara con remeras de los *Houston Rockets* una canción de la conocida banda pop americana, se convirtió rápidamente en un suceso (al día de hoy lleva más de trece millones de visionados). Probablemente el éxito fue mayor de lo que habían imaginado, pero no quedan dudas de que la intención comunicativa no fue grupal o interindividual, sino masiva. Desde entonces han habido muchos videos de este tipo. Y se debe básicamente a un motivo: los nuevos medios digitales con base en Internet son extremadamente flexibles, capaces de hacer circular en forma pública y privada distintos tipos de discursividades.[32]

En síntesis: los medios masivos tradicionales se encuentran en una profunda crisis. Pero aún en el marco de sujetos receptores más poderosos, los discursos masivos exitosos encuentran nuevas formas de distribución y consumo. Vivimos un momento de cambio extraordinario, que también es un momento único para el análisis, la teoría y la historia de los medios de comunicación. Identificar, en el complejo escenario de cambio mediático actual, las nuevas relaciones entre cultura de masas, sujetos y medios (nuevos y viejos), consiste en un desafío que implica cada vez más, ante todo, desarrollar nuevos dispositivos analíticos para una nueva complejidad.

Bibliografía

Barthes, Roland (1990): *La cámara lúcida. Nota sobre la fotografía,* Barcelona, Paidós.

Benveniste, Emile (1999): *Problemas de lingüística general I y II*, México, Siglo XXI.

Carlón, Mario (2004): "Notas sobre la construcción de la institución emisora en los noticieros televisivos", en *Sobre lo televisivo: dispositivos, discursos y sujetos*, Buenos Aires, La Crujía.

— (2006): *De lo cinematográfico a lo televisivo. Metatelevisión, lenguaje y temporalidad*, Buenos Aires, La Crujía.

— et al (2008): "Los dos cambios de la televisión argentina actual", Foro Académico Anual de Ciencias de la Comunicación, Buenos Aires, UADE.

— (2009): "¿Autopsia a la televisión? Dispositivo y lenguaje en el fin de una era" en *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*, Buenos Aires, La Crujía.

---

[32] Por supuesto que podemos preguntarnos si los videos exitosos en Youtube, que alcanzan números de verdaderas audiencias masivas, habrían llegado a ser tales si no hubieran sido pasados por los canales de televisión en horarios centrales. Es probable que no hubieran alcanzado semejantes números de visionado. Pero hasta que los nuevos medios emergieron y se instalaron en la vida social, los discursos masivos audiovisuales eran generados casi exclusivamente por el cine y la televisión. Esto es algo que ha cambiado.

— (2011): "Entre el cine y la televisión. Interdiscursividad *antes* de la transmediatización en las series americanas de ficción", disponible online en: <http://fama2.us.es>.

Comolli, Jean-Louis (2009): *Cine contra espectáculo (seguido de Técnica e ideología, 1971-1972),* Buenos Aires, Manantial, 2010.

Danto, Arthur (1995): "El final del arte", en *El paseante*, Nº22-23, Madrid.

— (1999): "Introducción: moderno, posmoderno y contemporáneo" y "Relatos legitimadores y principios críticos", en *Después del fin del arte. El arte contemporáneo y el linde de la historia*, Barcelona, Paidós.

Dayan, Daniel (1997): "Relatar al público", en Isabel Veyrat-Masson y Daniel Dayan (comps.), *Espacios públicos en imágenes,* Barcelona, Gedisa.

Dubois, Philippe (1994): *El acto fotográfico. De la representación a la recepción*. Barcelona, Paidós.

Eco, Umberto (1994 [1983]): "Tv: la transparencia perdida", en *La estrategia de la ilusión*, Buenos Aires, Lumen, 1994.

Eribon, Didier y Gombrich, Ernst (1993 [1991]): *Lo que nos dice la imagen. Conversaciones sobre el arte y la ciencia*, Bogotá, Norma.

Fechine, Yvana (2009): *Televisão digital. Desafios para a comunicação.* Porto Alegre, Sulina.

Freire Filho, João (2009): *A tv em transição. Tendencias de programação no Brasil e no mundo*, Porto Alegre, Sulina.

Gombrich, Ernst (1979 [1959]): "Reflexiones sobre la revolución del arte griego", en *Arte e ilusión. Estudio sobre psicología de representación pictórica*, Barcelona, Gustavo Gili.

Jacks, Nilda *et al.* (2011): "Telenovela em múltiplas telas: da circulacão ao consumo", en María Immacolata Vassallo de Lopes (ed.), *Ficcão televisiva transmediática no Brasil: plataformas, convergência, comunidades virtuais"*, Porto Alegre, Sulina.

Jenkins, Henry (2009 [2006]): *Fans, blogueros y videojuegos. La cultura de la colaboración*, Barcelona, Paidós, 2009.

— (2008 [2006]): *Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*, Barcelona, Paidós.

Katz, Elihu y Dayan, Daniel (1995 [1992]): *La historia en directo. La retransmisión televisiva de los acontecimientos*, Barcelona, Gustavo Gili.

Metz, Christian (1974): "El estudio semiológico del lenguaje cinematográfico", en *Revista Lenguajes,* Nº 2, Buenos Aires, Nueva Visión.

— (1985 [1974]): "Photography and Fetish", en *October,* Vol. 34, otoño, pp. 81-90.

Morin, Edgar (2001): *El cine o el hombre imaginario,* Barcelona, Paidós.

Prigogine, Ilya y Stengers, Isabelle (2002 [1979]): *La nueva alianza. Metamorfosis de la ciencia*, Madrid, Alianza.

Prensky, Marc (2001): "Digitals natives, digital inmigrants", en *On the Horizon,* NCB University Press, Vol. 9, No. 5, octubre.

Schaeffer, Jean Marie (2009): *El fin de la excepción humana*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.

Schröder, Gerhart y Breuninger, Helga (2005 [2001]): *Teoría de la cultura. Un mapa de la cuestión*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.

Scolari, Carlos (2008): *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva,* Barcelona, Gedisa.

— (2009): "*This is the end.* Las interminables discusiones sobre el fin de la televisión", en Mario Carlón y Carlos Scolari (comps.), *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*, Buenos Aires, La Crujía.

Simoes Borelli, Silvia Helena *et al.* (2011): "Migraciones narrativas en múltiples plataformas: telenovelas *Ti-Ti-Ti* e *Passione*", en María Immacolata Vassallo de Lopes (ed.), *Ficção televisiva transmediática no Brasil: plataformas, convergência, comunidades virtuais*, Porto Alegre, Sulina.

Squirra, Sebastião y Fechine, Yvana (2009): *Televisão digital, desafios para a comunicação*, Porto Alegre, Sulina.

Varela, Mirta (2005): *La televisión criolla. Desde sus inicios hasta la llegada del hombre a la luna 1951-1969*, Buenos Aires, Edhasa.

Vasallo de Lopes, Maria Immacolata *et al.* (2011): "Ficção televisiva transmediática: temáticas sociais em redes sociais e comunidades virtuais de fas", en Maria Immacolata Vassallo de Lopes (ed.), *Ficção televisiva transmediatica no Brasil: plataformas, convergência, comunidades virtuais*, Porto Alegre, Sulina.

Verón, Eliseo (1987): *Construir el acontecimiento (los medios de comunicación masiva y el accidente en la central nuclear Three Mile Island)*, Barcelona, Gedisa.

— (2007): "Semiótica como sociosemiótica. Intervista a cura di Carlos A. Scolari", en Carlos A. Scolari y Paolo Bertetti (eds.), *Mediamerica. Semiotica e analisi dei media a America Latina*, Torino, Cartman edizioni.